

Universidade do Minho
Escola de Engenharia

Helena Isabel Sousa Silva Cruz

Sustentabilidade na Moda: Estudo da
Interface entre os Resíduos Limpos da
Indústria Têxtil e Vestuário e as Indústrias
Criativas

Dissertação de Mestrado
Mestrado em Design e Marketing

Trabalho efetuado sob a orientação de
Professora Doutora Ana Cristina Luz Broega
Professora Doutora Maria Teresa Sousa Pessoa Amorim

DECLARAÇÃO

Nome: Helena Isabel Sousa Silva Cruz

Endereço eletrónico: helenacruz.rn@hotmail.com Telefone: 911599076

Bilhete de Identidade/Cartão do Cidadão: 14357013

Título da dissertação: Sustentabilidade na Moda: Estudo da Interface entre os Resíduos Limpos da Indústria Têxtil e Vestuário e as Indústrias Criativas

Orientadores:

Professora Doutora Ana Cristina Luz Broega

Professora Doutora Maria Teresa Sousa Pessoa Amorim

Ano de conclusão: 2017

Mestrado em Design e Marketing

DE ACORDO COM A LEGISLAÇÃO EM VIGOR, NÃO É PERMITIDA A REPRODUÇÃO DE QUALQUER PARTE DESTA TESE/TRABALHO.

Universidade do Minho, 22 / 12 / 2017

Assinatura: Helena Isabel Sousa Silva Cruz

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração da presente dissertação. Confirmo que em todo o trabalho conducente à sua elaboração não recorri à prática de plágio ou a qualquer forma de falsificação de resultados.

Mais declaro que tomei conhecimento integral do Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

Universidade do Minho, 22 de 12 de 2017

Nome completo: Helena Isabel Sousa Silva Cruz

Assinatura: Helena Isabel Sousa Silva Cruz

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à minha orientadora, Professora Doutora Ana Cristina Broega e à minha coorientadora Professora Doutora Maria Teresa Sousa Pessoa Amorim, por toda o apoio, motivação, e paciência demonstrados ao longo do desenvolvimento do trabalho.

Agradeço à minha família, aos meus pais, aos meus irmãos e a minha tia pelo apoio, amor e força para nunca desistir e por estarem sempre lá por mim nos tempos mais difíceis. Agradeço também aos meus familiares, tias, tios e primas que sempre me apoiaram e me motivaram.

Agradeço às minhas amigas, especialmente a Marisa e a Natalie, que sempre me ajudaram quando lhes foi possível e que também me incentivaram e acreditaram em mim.

Agradeço à empresa Silsa pela oportunidade e pela disponibilidade porque tornaram este projeto possível.

Por último, mas que não deixam de ser importantes, agradeço aos professores que me lecionaram neste percurso.

RESUMO

A Indústria Têxtil e de Vestuário é uma das indústrias mais poluentes devido à quantidade de desperdícios que são criados ao longo de todo o processo produtivo. Deste modo, é essencial estudar este processo para identificar o problema, as suas principais causas e propor soluções para uma abordagem sustentável neste setor. Assim, neste trabalho apresenta-se o estudo exploratório sobre a gestão de resíduos têxteis em Portugal de um modo geral e mais específico, através de um caso de estudo numa empresa de confeção de vestuário.

A presente investigação também se debruça sobre a sustentabilidade como resposta a este problema, apresentando várias soluções que já estão a ser aplicadas e que possibilitam o reaproveitamento dos resíduos têxteis para criar produtos sustentáveis com valor acrescentado.

Palavras-Chave: Sustentabilidade; Indústria Têxtil; Indústria Vestuário; Resíduos; Ecolabels.

ABSTRACT

The Apparel Industry is one of the most polluting industries due to the amount of waste that is created throughout the production process. It is essential to study this process to identify the problem, the causes and to propose solutions for a sustainable approach in this sector. This paper presents an exploratory study on the management of textile waste in Portugal in general and more specifically, through a case study in a confection clothing company.

The present research also deals with sustainability as an answer to this problem, presenting several solutions that are already being applied and that allow the reuse of textile waste to create sustainable products with added value.

KEYWORDS: SUSTAINABILITY; TEXTILE WASTE; APPAREL INDUSTRY; ECOLABELS; SLOW FASHION

ÍNDICE

Agradecimentos.....	vii
Resumo.....	ix
Abstract.....	xi
Lista de Figuras.....	xv
Lista de Tabelas	xvii
Lista de Abreviaturas, Siglas e Acrónimos	xx
Capítulo I: Introdução	1
1.1. Objetivos.....	2
1.2. Metodologia	3
1.2.1. Estrutura da Dissertação.....	4
Capítulo 2: Enquadramento Teórico	5
2.1. Moda Sustentável.....	5
2.1.1. <i>Slow Fashion</i> e <i>Fast Fashion</i>	7
2.1.2. A moda de ser sustentável.....	8
2.1.3. Reduzir, Reutilizar, Reciclar e Redesign	9
2.1.4. Certificações Ecológicas: Selos Ecológicos e <i>Ecolabels</i>	10
2.1.5. Projetos com Conceitos de Sustentabilidade.....	12
2.2. Resíduos da Indústria Têxtil e Vestuário	16
2.2.1. Enquadramento Legal Português	18
2.2.2. Valorização de Resíduos	21
Capítulo III: Desenvolvimento do Trabalho Empírico.....	25
3.1. Pesquisa Exploratória	25
3.2. Projetos com Conceitos de Sustentabilidade e Reutilização em Portugal	30
3.2.1. Darono	30
3.2.2. Vintage For A Cause	30
3.2.3. Daniela.....	31
3.2.4. Elementum.....	32

3.2.5	Asha.....	32
3.2.6	Green Boots	33
3.2.7	MDMA	33
3.2.8	A Avó Veio Trabalhar.....	34
3.2.9	Elizab'hats.....	34
3.3	Caracterização da Empresa.....	35
3.4	Levantamento do Desperdício (na empresa Silsa)	38
Capítulo IV: Conclusões e Perspetivas Futuras.....		41
4.1.	Conclusões	41
4.2.	Perspetivas Futuras.....	44
Bibliografia		45
Anexo I – Resultados Sobre as Associações		48
Anexo II - Inquérito Efetuado a Associações.....		53
Anexo III – Artigo Apresentado em Conferência Internacional.....		58

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Vestido da Contextura	12
Figura 2: Calçado da Insecta Shoes	13
Figura 3: Projeto Coopa-Roca	14
Figura 4: Projeto Talentos do Brasil	15
Figura 5: Consórcio Natural	15
Figura 6: Manos del Uruguay	16
Figura 7: Gestão de Resíduos	17
Figura 8: Hierarquia da Gestão de Resíduos	17
Figura 9: Descrição das Operações de Valorização	20
Figura 10: Tipos de Resíduos Produzidos na Fabricação de Têxteis	22
Figura 11: Tipo de Operação de Gestão de Resíduos	22
Figura 12: 1ª Parte do Inquérito	26
Figura 13: 2ª Parte do Inquérito	27
Figura 14: 3ª Parte do Inquérito	28
Figura 15: 4ª Parte do Inquérito	28
Figura 16: 5ª Parte do Inquérito	29
Figura 17: 6ª Parte do Inquérito	29
Figura 18: Tapete da Darono	30
Figura 19: Saia da Vintage For A Cause	31
Figura 20: Camisa da Daniela Shirt Collection	31
Figura 21: Peça da Elementum	32
Figura 22: Botas da Asha	32
Figura 23: Botas da Green Boots	33
Figura 24: Sapatilhas da MDMA	33
Figura 25: A Avó Veio Trabalhar	34
Figura 26: Elizahats	34
Figura 27: Logo da Silsa	35
Figura 28: Valores da Silsa	36

Figura 29: Instalações Silsa	36
Figura 30: Secções de Separação de Resíduos na Máquina de Corte	39
Figura 31: Resíduos Armazenados	39

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Classificação de Resíduos da Indústria têxtil Segundo a Lista Europeia de Resíduos	19
Tabela 2: Operação de Valorização segundo a Classificação de Resíduos da Indústria Têxtil	20
Tabela 3: Resíduos Têxteis em Portugal por Atividade Económica	21
Tabela 4: Resíduos Industriais da Confeção	38

LISTA DE ABREVIATURAS, SIGLAS E ACRÓNIMOS

APA – Agência Portuguesa do Ambiente

ATP – Associação Têxtil e Vestuário em Portugal

ISSO – International Standards Organization

ITV – Indústria Têxtil e de Vestuário

CAPITULO I: INTRODUÇÃO

Os novos consumidores, cada vez mais consciencializados, exigem que as empresas trabalhem para uma maior responsabilidade ambiental e social, como tal, os mercados estão a voltar-se para a sustentabilidade como resposta a esta exigência (Voltolini, 2012).

A indústria da moda, especialmente a Indústria Têxtil e de Vestuário, como uma das indústrias com mais impactos ambientais negativos, em grande parte devido ao resultado dos seus processos, deve tomar decisões rumo à sustentabilidade.

A Indústria Têxtil e Vestuário Portuguesa é uma das mais importantes da economia nacional, produzindo um volume de negócios de 6,8 mil milhões de euros e empregando mais de 130 mil trabalhadores. Portugal é um dos principais *players* europeus na Indústria Têxtil e de Vestuário, fortemente virado para a exportação, sendo a Espanha um dos principais destinos. No entanto, houve um período de declínio devido à entrada de novos *players* e à crise económica e financeira mundial que começou a ser superada a partir de 2010, alavancada por um conjunto de fatores críticos de sucesso, nomeadamente, o *know-how* industrial no desenvolvimento do produto, elevada qualidade de bens e serviços, flexibilidade e adaptabilidade, recursos humanos especializados, ampla gama de serviços de elevado valor acrescentado, fortes competências de inovação, entre outros (Associação Têxtil e Vestuário de Portugal, 2016).

Como um dos setores principais deste país, a Indústria Têxtil e de Vestuário gera bastantes resíduos, o que contribui para o seu impacto ambiental negativo. Segundo Tomás (2016), em Portugal, “os resíduos têxteis pesam anualmente cerca de 230 toneladas no sistema de recolha de lixo urbano...” e “...5% das 4607 toneladas de resíduos sólidos urbanos são compostos por peças de vestuário ou roupa de casa que acabam num aterro ou são incinerados”. Tal acontece, porque o setor industrial não está interessado em reciclar roupa usada pois esta resulta em fibras menos resistentes e não proporciona grande lucro (Tomás, 2016). Por outro lado, estes resíduos não são apenas provenientes de produtos têxteis em final de vida. O processo de desenvolvimento destes produtos também produz uma grande quantidade de resíduos, principalmente na fase do corte nas confeções, em que os pequenos retalhos que chegam a gerar toneladas de resíduos que são maioritariamente descartados em aterros sanitários, o que apresenta um grande problema para a economia destas empresas e para o meio-ambiente.

O desenvolvimento sustentável é fundamentado pelo modo como as empresas se posicionam perante o meio ambiente e a sociedade, tomando medidas para minimizar os problemas causados à natureza. Este desenvolvimento deve mesmo fazer parte da visão empresarial, partindo da criação de produtos sustentáveis e utilizando estratégias básicas, como a utilização de fontes renováveis de energia e de novas tecnologias que possam auxiliar na gestão dos desperdícios. No entanto, a maior parte das empresas ainda não se preocupa com estes problemas e não consideram os conceitos de sustentabilidade.

Perante esta problemática, torna-se necessário um estudo da gestão de resíduos têxteis em Portugal de uma forma geral, concretizado num caso de estudo específico e no estudo de práticas sustentáveis com estes resíduos em Portugal.

Desta forma, o tema deste trabalho assenta nos conceitos de sustentabilidade, *eco design*, *design* social e moda, e pretende investigar iniciativas que consistam na gestão e/ou reutilização de “resíduos limpos” das Indústrias Têxteis e Vestuário e que de algum modo promovam o *design* artesanal que valorize a parte sociocultural nacional, no âmbito das chamadas “indústrias criativas” ou “economias criativas”.

1.1. Objetivos

O objetivo principal deste trabalho é estudar a gestão de resíduos limpos da Indústria Têxtil e Vestuário em Portugal e perceber de que forma estes podem ser explorados pelas indústrias criativas, analisando também informação sobre *eco labels* e selos de sustentabilidade e ecológicos, assim como, informação sobre indústrias criativas nacionais, como, por exemplo, associações de artesãos, que trabalhem materiais têxteis. A ideia é desenvolver uma interface entre estas duas indústrias para permitir o desenvolvimento de projetos colaborativos entre ambas as indústrias com vista a uma gestão mais sustentável dos resíduos têxteis e consequentemente à sua redução e reutilização, utilizando estes resíduos como matéria-prima para o desenvolvimento de produtos sustentáveis.

Assim, também se pretende apresentar o trabalho exploratório realizado a nível da gestão de resíduos têxteis em Portugal de uma forma geral e num caso específico de uma empresa de confeção de vestuário como estudo de caso.

Os objetivos específicos são: levantamento teórico sobre sustentabilidade, moda e *eco design*; desenvolvimento do estado da arte de marcas ou organizações criativas; estudar a gestão dos resíduos

limpos das indústrias têxteis e vestuário; levantamento de regulamentação que aborde os tópicos de tratamento de resíduos das indústrias têxteis e de vestuário e também de reciclagem dos mesmos; levantamento de *ecolabels* e selos ecológicos; pesquisa de associações e organizações cooperativas nacionais de costura e/ou artesanato têxtil; pesquisa de projetos de criatividade e sustentabilidade, que reúnam o trabalho de *designers* e artesãos em conjunto e desenvolvimento do estudo de caso, avaliando as Indústrias Têxteis e de Vestuário e o seu envolvimento com os resíduos que produzem.

1.2. Metodologia

Primeiramente, este trabalho é fundamentado numa pesquisa bibliográfica, para um enquadramento teórico e posteriormente, reforçar a prática com a teoria estudada. Por outro lado, no trabalho consta uma pesquisa do tipo qualitativa que tem como método, o Estudo de Caso.

Segundo Yin (2005, pág. 34) “O estudo de caso é uma forma de se fazer pesquisa social empírica ao investigar-se um fenómeno atual dentro do seu contexto de vida-real, onde as fronteiras entre o fenómeno e o contexto não são claramente definidas e na situação em que múltiplas fontes de evidências são usadas”.

Foi selecionado o método qualitativo porque tem características fundamentadas pela descrição, compreensão e interpretação de factos e fenómenos e porque permite um maior envolvimento no contexto e na dinâmica entre uma empresa e o consumidor, por exemplo. Simons (2012) acrescenta que o principal objetivo num estudo de caso é conseguir uma perceção profunda de um tema específico como, por exemplo, uma organização ou um sistema, de modo a criar um conhecimento e a partir deste, criar políticas de desenvolvimento e intervir com ações e práticas da comunidade. Neste caso, este método vai permitir perceber a gestão dos resíduos no setor têxtil, dentro do seu contexto real.

O estudo de caso deste projeto é a Silsa, uma confeção têxtil sediada em Portugal.

A coleta de dados foi realizada principalmente por pesquisa de campo com recurso a observações diretas e apontamentos descritivos dos processos no seio da empresa em estudo, com o desenvolvimento de conversações informais e abertas com os responsáveis e também por um levantamento de evidências em documentos sobre os desperdícios na empresa.

Introdução

1.2.1. Estrutura da Dissertação

A estrutura da dissertação encontra-se repartida por 4 capítulos: a Introdução, o Enquadramento Teórico, Desenvolvimento do Trabalho Empírico (Estudo de Caso) e as Reflexões e Perspetivas Futuras, seguidos pela apresentação da bibliografia e os anexos:

- a Introdução apresenta o enquadramento do tema, especifica os objetivos a alcançar e elucida a metodologia seguida, bem como a estrutura da dissertação;
- o Enquadramento Teórico referencia todo o levantamento teórico, incluindo conceitos como a sustentabilidade, a moda e a gestão dos resíduos da Indústria Têxtil e de Vestuário;
- o Trabalho Empírico é desenvolvido sob a forma de Estudo de Caso abrange toda a exploração da fundamentação do problema no seio de uma empresa de confeção, concentrando-se no levantamento pormenorizado dos resíduos gerados nesta indústria;
- as Reflexões e as Perspetivas Futuras refere as conclusões compreendidas ao fim deste estudo e as explorações futuras deste projeto;
- a Bibliografia reúne as referenciadas consultadas e analisadas ao longo do presente trabalho; e por fim,
- os anexos são referentes ao inquérito realizado a associações envolvidas de alguma forma com produtos têxteis e de vestuário e ao artigo apresentado numa conferência internacional.

CAPÍTULO 2: ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2.1. Moda Sustentável

A indústria de moda, incluindo a Indústria Têxtil e de Vestuário, é uma potência económica que emprega milhões de pessoas em todo o mundo, não obstante de ser também uma das mais poluentes (Black, 2008). Este facto deve-se, principalmente à efemeridade no ciclo de vida dos produtos de moda que leva à produção e ao consumo desenfreado, com data programada de obsolescência a cada seis meses.

No entanto, hoje em dia os consumidores começam a consciencializar-se sobre a questão ambiental, começando a preferir consumir produtos desenvolvidos segundo políticas de responsabilidade ambiental e social. Consequentemente, as marcas estão a tentar adaptar-se a esta mudança de consciência da sociedade que exige a responsabilidade ambiental e social das mesmas, desenvolvendo formas de produção que não sejam tão nocivas para o meio-ambiente (Morais & Figueiredo, 2013). Para responder a estas questões, as empresas começam a incorporar a sustentabilidade no ciclo de vida nos produtos de moda durante todo o seu processo de desenvolvimento, desde a pré-produção até ao descarte (fim de vida) do produto.

A sustentabilidade é um tema atual muito debatido e induzido como uma solução para reparar e minimizar várias ações que tem vindo a ser cometidas que danificam o nosso planeta como, por exemplo, o aquecimento global; a poluição; a desflorestação; entre outras, e uma das principais causas é a Industrialização. David Santilho e a organização “*Forum for Future*”, evidenciaram alguns dos principais problemas causados por estas indústrias, nomeadamente: “O consumo de Moda; o consumo de água; as condições de trabalho; a energia despendida; o uso de químicos utilizados; o carbono gasto no transporte de tecidos e vestuário ao redor do mundo; a complexidade da cadeia de aprovisionamento e a gestão do desperdício e da reciclagem” (Morais, Carvalho, & Broega, 2012).

O tema de sustentabilidade ou de desenvolvimento sustentável foi primeiramente introduzido pela Organização das Nações Unidas (ONU), com a criação da Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento. Porém, foi só com o Relatório Brundtland: “O nosso Futuro Comum” que o seu conceito foi definido como: “o desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes sem comprometer a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades...” (World

Commission, 1987, pág. 56). Para além deste conceito, o relatório também refere que para um desenvolvimento sustentável é essencial que os sistemas naturais que suportam a vida na Terra, como a água; a atmosfera; o solo e os seres vivos não sejam postos em perigo; que o conceito de equidade é importante para que toda a sociedade possa participar na tomada de decisões com recurso à democracia e que a pobreza é considerada um problema ambiental. Deste modo, o desenvolvimento sustentável assenta em três pilares importantes: a proteção ambiental; a coesão social e o desenvolvimento económico (World Commission, 1987)

Mais tarde em, 2002, no documento “a Carta da Terra”, também aprovado pela ONU, foi mencionado o seguinte conceito: “...uma sociedade sustentável global é baseada pelo respeito pela natureza, nos direitos humanos universais, na justiça económica e numa cultura de paz” (Earth Charter, 2012, pág.25).

O maior desafio é a aplicação deste conceito no desenvolvimento económico atual. Segundo Braidotti (2000, pág. 46), “O conceito de desenvolvimento sustentável não se tornará operacional sem uma reforma económica substancial...” e para tal também deve existir uma mudança no seio da sociedade e nos seus próprios valores, principalmente nas práticas de consumo atuais, que, como foi referido anteriormente já estão a alterar-se gradualmente, com a preocupação dos consumidores num consumo mais sustentável.

Neste sentido, surge o conceito de consumo sustentável que consiste “...no consumo de produtos sustentáveis, ou seja daqueles que reduzam os problemas ambientais e sociais relacionados com a produção e consumo, relativamente aos produtos convencionais” (Gonçalves, 2015, pág. 25).

Os conceitos de “consumo verde” ou consumo consciente muitas vezes estão ligados ao consumo sustentável, no entanto, o “consumo verde” consiste em comprar produtos que não agredam o meio ambiente mas também considera a qualidade e o preço na decisão de compra, ou seja, este conceito foca-se no tipo de produto comprado, escolhendo o produto sustentável em relação ao produto convencional mas não considera a hipótese de não consumismo em vez do consumismo (Capelini, 2007).

O consumo consciente, tal como o “consumo verde”, é um conceito que implica a avaliação e reflexão das decisões de compra para gerar o mínimo impacto negativo, tanto na sociedade, como no meio ambiente e na economia, porém não considera a diminuição do consumo em si. Neste sentido, o consumo sustentável vai além pois implica a redução do consumo (Goedtel, 2013). Este conceito é essencial na indústria para que possa existir um desenvolvimento sustentável, ou seja, com a

consciencialização dos consumidores para um consumo mais sustentável, as empresas também se preocupam em satisfazer os seus clientes e consequentemente concentram-se em produzir produtos mais sustentáveis.

Atualmente têm surgido muitas empresas que estão a transformar-se para serem mais sustentáveis e muitos negócios que já se inserem nas práticas de sustentabilidade, e a indústria de moda não é exceção.

A partir destes conceitos de negócios cria-se o desenvolvimento da “moda sustentável” e estes podem-se focar em vários pontos, como: as matérias ecológicas e/ou recicladas, a construção dos produtos com o mínimo desperdício, as melhores condições dos trabalhadores, e outros que se relacionam com práticas de *design* e com as estratégias da empresa. Por esta razão é muito difícil conceptualizar a moda sustentável, contudo, alguns autores convergem para um sentido deste conceito: “Os produtos da moda e vestuário que se encaixem na descrição de desenvolvimento sustentável, ou seja, que contenham em si, em certa medida, as três dimensões explicitadas, enquadram-se no campo da moda sustentável.” (Gonçalves, 2015, pág. 32).

2.1.1. *Slow Fashion e Fast Fashion*

A moda é um termo muito mais ampliado que não engloba apenas o vestuário, os acessórios ou a maquilhagem. Segundo Barbosa (2010, pág. 28), a moda é “... um processo de contágio social mediante o qual um novo estilo ou um novo produto é adotado pelo consumidor após a sua divulgação comercial”. Leães (2008) acrescenta que a moda também pode representar “...a busca pela individualidade e a necessidade de integração social pois pode diferenciar, valorizar e satisfazer o desejo de beleza das pessoas”, proporcionando informações sobre a posição e valores pessoais do indivíduo em causa.

Assim, a moda desenvolveu-se como um sistema que compõe a sociedade onde está integrada pois está intimamente ligada ao carácter de cada indivíduo e coloca uma certa pressão social no mesmo pois a moda também se tornou num elemento de comunicação que permite que os outros indivíduos criem uma determinada imagem deste (Fracaro *et al.* 2012).

A moda como é conhecida atualmente foi-se transformando sendo caracterizada pela mudança, pela efemeridade, pela renovação sazonal e pela ideia da novidade pois segundo Motta (2009, pág. 30), principalmente os jovens, procuram sempre um acesso à novidade “na esperança de que o novo seja capaz de ter uma função individualizante e de dotar a vida de um significado pessoal...”. No entanto,

esta busca torna-se frustrante, porque como afirma Svendsen (2006, pág. 41), “...tudo o que é novo logo se torna velho, e a promessa de significado pessoal nem sempre é cumprida”.

Esta busca constante e insatisfatória por algo novo leva a um conceito de moda produzida e comercializada em massa que está constantemente e rapidamente a renovar-se. Este conceito enquadra-se no modelo *fast fashion*, em que as empresas oferecem em prazos muito curtos o que os consumidores procuram naquele momento a preços acessíveis e que desperta um consumo desenfreado na procura da renovação da aparência. Por outro lado, os preços baixos e os curtos prazos só são possíveis, devido à exploração dos trabalhadores nesta indústria e à exaustão e desperdício dos recursos naturais.

Como foi referido anteriormente, esta produção massificada induz a vários problemas graves no nosso planeta, o que torna necessário outro modelo mais consciente e sustentável. Este modelo é o *slow fashion*, que defende o consumo consciente e o desapego das variações da moda, instigando a produção de “...peças duráveis de qualidade, para serem guardadas e não descartadas” (Morelli, 2010, Pág.21).

O *slow fashion* é um “retorno aos clássicos (e aos básicos), readquirindo a memória afetiva; propondo a reciclagem; a multifuncionalidade e a possibilidade de personalização e que impulsionou o mercado do exclusivo”, sendo este detido por *designers* e ateliers de marcas nacionais de pequenas cidades que produzem peças exclusivas e únicas considerando questões sociais e ecológicas e, como tal, com um valor acrescentado. Desta forma surge a sustentabilidade como fator diferenciador, atuando no âmbito social (“...respeito pelo trabalhador, quer no aspeto legal, quer no incentivo à empregabilidade, à inserção no mercado, à capacitação profissional, ao salário justo, à qualificação subsidiada...”); no âmbito ambiental (redução do impacto ambiental) e no âmbito económico (“...análise da eficiência dos processos produtivos, considerando as tendências de maior geração de benefícios, com o menor uso de recursos...”)(Morelli, 2010, Pág.12-24).

2.1.2. A moda de ser sustentável

Os primeiros estudos sobre “consumidores verdes”, ou consumidores “amigos do ambiente”, datam no final da década de 90 e do início do novo século. Roper Starch Worldwide e Green Gauge (Utman, 1997 *apud* Paiva & Proença, 2011), existem cinco tipos diferentes destes consumidores:

- *True-Blue Greens*: grupo de consumidores maioritariamente composto por mulheres com elevada instrução que são executivas ou profissionais liberais, socialmente e politicamente ativas, que lutam por fazer uma pequena diferença no mundo e que procuram ajudar financeiramente grupos ecológicos.

- *Greenblack Greens*: grupo composto por maioria de homens executivos com elevada instrução, que estão dispostos a pagar mais por produtos verdes e apoiam movimentos ambientalistas mas não dispõe de tempo para serem ativistas.
- *Sprouts*: grupo também constituído maioritariamente por mulheres com um nível escolar mais elevado, que participam em movimentos ambientalistas apenas quando estes requerem o menor esforço possível. Por outro lado, estão dispostas a pagar mais 4% do preço por produtos verdes e são preocupadas com a reciclagem e com a leitura dos rótulos antes da compra.
- *Grouzers*: composto por pessoas que apesar de estarem conscientes dos problemas ambientais, não acreditam que possam fazer a diferença, logo não se envolvem em movimentos ambientalistas, deixando este encargo ao estado e às empresas.
- *Basic Browns*: este é o maior grupo composto por pessoas de baixa escolaridade que acreditam que os problemas ambientais não são graves e como tal, são indiferentes a causas relacionadas.

Paiva e Proença (2011), as principais atividades dos “consumidores verdes” são o consumo de produtos, principalmente alimentos biológicos, a reciclagem, a reutilização de produtos e/ou embalagens, a poupança de água, energia e outros recursos e um comportamento que visa não poluir, que se pode observar em pequenas ações como a utilização de produtos menos nocivos para o ambiente que leva a uma leitura de rótulos muito pormenorizada.

No consumo de produtos ecológicos o preço não é um fator determinante pois os consumidores estão dispostos a pagar mais pelos mesmos. Por outro lado, estes consumidores acreditam que existe falta de informações fiáveis em relação a estes produtos, ou seja, existe uma falta de credibilidade das empresas que comercializam “produtos verdes” e ainda há pouquíssima oferta dos mesmos no mercado.

2.1.3. Reduzir, Reutilizar, Reciclar e Redesign

Ao abordar a sustentabilidade, não se pode deixar de abordar os 3 R's: Reduzir, Reutilizar e Reciclar. Tal como as palavras indicam, esta abordagem procura primeiramente reduzir na fonte, ou seja, reduzir as matérias-primas utilizadas, os resíduos gerados pela fabricação e o consumo de produtos; depois busca por reutilizar todos os produtos ou resíduos ou matérias-primas que forem possíveis e por fim reciclar tudo o que restar da forma mais *eco-friendly* possível.

O primeiro passo, a redução, pode-se realizar de várias formas, desde a redução de materiais e energia despendidos no processo de fabricação; até á otimização e simplificação dos produtos e também na busca de processos produtivos com menos desperdício.

Para Santos (2010), os produtos multifuncionais são uma ótima solução para a redução porque podem ser utilizados de diversas formas, ao invés de termos vários produtos para diferentes funções, também acaba por ser utilizado mais vezes.

O segundo R, a reutilização consiste na utilização de produtos já existente ou parte deles com uma nova aplicação. Algumas técnicas bastante utilizadas são o *refashion* e o *upcycling*, que permitem a utilização de produtos descartados ou resíduos para novos produtos em projetos de *design* diferentes. No entanto, a reutilização pode não ser a melhor alternativa, porque segundo McDonough e Braungart (2002) mesmo esta técnica sendo uma alternativa, esta só transfere o problema para o novo produto final que contém as partes reutilizadas e que se não tendo sido pensadas para este fim, possam não ser seguras, como por exemplo reutilizar um produto que contém aditivos químicos noutro produto que pode ser prejudicar a saúde.

A reciclagem é caracterizada pela recuperação de produtos em fim de vida através da transformação destes numa nova matéria-prima para o desenvolvimento e produção de novos produtos. Esta técnica é considerada como a alternativa menos viável, porque nem todos os materiais são recicláveis, e a menos ecológica porque esta transformação requiere consumo de energia (Manzini e Vezzoli, 2008). A reciclagem por norma também desvaloriza o produto porque a nova matéria-prima normalmente transforma-se em algo com menos qualidade, originando assim o termo *downcycling*.

Braungart & McDonough (2013) acrescentam mais um R, repensar (*re-thinking*), que consiste na necessidade de uma reestruturação do comportamento da sociedade perante o consumismo e se baseia na abordagem do *eco-design*. Como referido anteriormente, as preocupações sociais atuais levam a indústria a procurar novos sistemas interligados com a sustentabilidade e a criar novos produtos que se adaptem a esta nova ideologia, que por sua vez, faz com que exista uma nova reorganização comportamental, repensando a própria noção de produto dentro da indústria.

2.1.4. Certificações Ecológicas: Selos Ecológicos e *Ecolabels*

As certificações ecológicas são uma forma de comunicar os impactos ambientais de um produto junto dos consumidores. Segundo Friend (2009, pág. 18), a rotulagem ecológica “... fornece certeza e estabilidade ao mercado, protegendo não só os consumidores como os produtores conscienciosos de qualquer tipo de adulteração da sua posição perante falsas declarações”.

A ATP, Associação Têxtil e Vestuário em Portugal, ainda acrescenta que a certificação é “uma declaração formal, emitida por um Organismo de Certificação, que comprova que uma organização

cumprir com determinados requisitos de uma norma de referência.” (Associação Têxtil e Vestuário de Portugal, 2016, pág.5).

A Organização Internacional de Normalização (ISO – International Standards Organization) identifica três tipos distintos de certificados ecológicos: selos de aprovação, que são adquiridos apenas se as empresas estiverem em conformidade com os padrões do organismo em causa; os rótulos, que identificam os produtos com termos como “orgânico” e “biodegradável” e cuja utilização têm vindo a ser abusiva e muitas vezes falaciosa e os graus, que permitem aos consumidores selecionar produtos de acordo com a qualidade e nível de preço, sendo atribuídos por organizações habilitadas. Desta forma, os certificados são vistos pelos consumidores de formas distintas, acreditando mais nas *ecolabels* atribuídas por organizações não-governamentais ou pelos próprios governos, do que aquelas atribuídas por indústrias.

Para o setor de vestuário e têxtil existem várias ferramentas que normalizam e identificam estes certificados e pelos quais as empresas se podem regular.

O Eco Working Group (EWG) formado em 2007 pela Outdoor Industry Association explora questões de sustentabilidade ambiental em relação a esta indústria e criou um guia, designado ECO Index, que se baseia na minimização de desperdícios e responsabilidade química (CENIT, 2010). Este guia privilegia a produção que se foca na redução das matérias-primas utilizadas, que exija menos utilização de energia e água e que sejam menos poluentes, orientando as empresas para seguirem metodologias e sistemas de administração que possam ter impacto na saúde e bem-estar dos consumidores procurando certificações.

O Eco-Textile Labeling Guide, também é um guia para as empresas que informa sobre todos os organismos existentes em todos os países (Mowbray, 2010).

Em Portugal, a ATP também publicou o guia de certificações têxteis para apoiar as empresas da Indústria Têxtil e de Vestuário a melhorar as condições de competitividade com base em fatores de diferenciação da oferta, fornecendo informação sobre certificações, normas, entidades e processos de implementação. Neste guia são evidenciadas certificações específicas para a ITV, nomeadamente, a Oeko-Tex, que consiste num sistema de certificação internacional para produtos isentos de substâncias nocivas à saúde humana; a Step, que é um sistema de certificação internacional que possibilita que as empresas comuniquem de forma transparente e credível os seus resultados em matéria de produção sustentável; a GoBlue, que é o primeiro rótulo biológico a nível mundial aplicado à certificação de produtos têxteis; a UV Standard 801, que como próprio nome indica, é um rótulo que determina o grau

de proteção de um artigo têxtil quando exposto à radiação ultravioleta no seu estado original e depois de ter sido utilizado e lavado; a Global Organic Textil Standard (GOTS), que certifica o estatuto de têxtil orgânico desde a colheita da matéria-prima, passando por uma produção ambiental e socialmente responsável até à rotulagem e a Friendly Chem, que é uma certificação específica para produtores de produtos químicos na indústria têxtil de modo a garantir não haver qualquer efeito prejudicial para a saúde humana (ATP, 2011)

A entidade responsável pela certificação é a CITEVE, Centro Tecnológico das Indústrias Têxtil e do Vestuário de Portugal.

Também existem outras certificações que podem ser aplicadas a qualquer setor de atividade como a Ecolabel, que é um rótulo ecológico europeu, a Fair Trade que é rótulo focado no comércio justo, entre outras.

2.1.5. Projetos com Conceitos de Sustentabilidade

Existem em todo o mundo iniciativas que conciliam estes conceitos referidos, nomeadamente, a moda, a sustentabilidade e a reutilização de resíduos e têm resultado em produtos de moda inovadores com um valor acrescentado.

Para realizar o estudo do presente trabalho foi necessário pesquisar sobre estes projetos, para perceber as possíveis interações entre as Indústrias Têxteis e Vestuário e os seus resíduos. Os casos apresentados de seguida são alguns exemplos.



Figura 1: Vestido da Contextura (Contextura, 2016).

A “Contextura”, situada no Rio Grande do Sul no Brasil, “é um ateliê de investigação têxtil que explora a interação entre arte, *design*, artesanato, moda e sustentabilidade. Através de pesquisa de campo, seleciona resíduos industriais que possam ser convertidos em matérias-primas expressivas

para compor novas soluções visuais e táteis de tratamentos de superfícies para aplicação em objetos de arte, moda (figura 1) e decoração, através de tecnologia contemporânea de colagens têxteis com adesivos *ecofriendly*" (Contextura, 2016).

Insecta Shoes é uma marca de sapatos ecológicos e vegan, produzidos no Brasil. Os seus sapatos são produzidos a partir de roupa *vintage* (comprada em mercados e feiras de segunda mão) e garrafas de plástico recicladas e deste modo, não é utilizada qualquer matéria-prima de origem animal (figura 2). A empresa utiliza também outras estratégias sustentáveis, como, por exemplo, a plantação de árvores necessárias para neutralizar a emissão de CO2 emitida em algumas tarefas, nas quais é necessária muita energia; a entrega dos produtos é feita por bicicletas, uma alternativa mais rápida e que não polui o ambiente e muitos outros métodos que estão sempre a ser melhorados com foco na sustentabilidade (InsectaShoes, 2016).



Figura 2: Calçado da Insecta Shoes (Insecta Shoes, 2016)

2.1.6. Projetos Colaborativos e Iniciativas de Designers e Empresas

Cada vez mais em todo o mundo, se encontram iniciativas que aproximem artesões e *designers*, em projetos de trabalho colaborativo, nomeadamente, na moda, no *design* social, no artesanato e quase sempre pautados pela sustentabilidade, resultando em produtos de moda inovadores com um valor acrescentado. Neste âmbito, procurou-se perceber as possíveis interações entre as Indústrias Têxteis e Vestuário e as “indústrias criativas” suportadas pelo *design* e o artesanato. Os seguintes projetos, realizados em diferentes países, são alguns exemplos:

- A Coopa-Roca “é um projeto que busca integrar técnicas artesanais valiosas das artesãs da Favela da Rocinha (Rio de Janeiro), aos processos industriais (Carli, *et al.*, 2007). Esta

cooperativa é constituída por várias mulheres desta favela (figura 3), que dominam técnicas artesanais valiosas e que, com a parceria de várias marcas, como por exemplo, a Osklen, M. Officer, Irmãos Campana entre outras, produzem vários projetos de moda que envolvem o artesanato, moda e *design*.



Figura 3: Projeto Coopa Roca (Fonte: EcoDesenvolvimento, 2016).

- O Piracema é um projeto da *designer* Heloisa Crocco que tem como objetivo “...trazer para o design o conhecimento da tradição e para o artesanato a sua ampliação como atividade sustentável”, através de seminários; trabalhos práticos e vivências criativas (Carli, *et al.*, 2007).
- O projeto Talentos do Brasil, com Ronaldo Fraga e o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), “aproxima *designers* e artesãos, promovendo inclusão social, abrindo frentes de trabalho e ainda revisando valores culturais.” (Carli, *et al.*, 2007) Os resultados deste projeto são peças que incluem várias técnicas de artesanato como rendas (figura 4) e são apresentadas nas lojas do *designer* espalhadas em diferentes lugares.



Figura 4: Projeto "Talentos do Brasil" (Fonte: Ronaldo Fraga, 2016).

- O consórcio Natural Fashion, em Campina Grande (Paraíba), desenvolve produtos que incluem técnicas artesanais e que são ecológica e socialmente corretos porque utilizam a mão-de-obra de associações e cooperativas de bairros (Carli, *et al.*, 2007). Um exemplo do trabalho desenvolvido é apresentado na figura 5.



Figura 5: Consórcio "Natural Fashion" (Natural Fashion, 2016).

- A Manos del Uruguay é uma cooperativa do Uruguai que agrupou artesãs que desenvolvem produtos de tricô feitos à mão (figura 6). Este projeto possibilita uma valorização deste saber tradicional e consequentemente, o precioso trabalho destas artesãs e também incentiva as trabalhadoras a permanecerem nas suas vilas ou cidades e preservarem o laço genuíno. Assim, este projeto já conta com algumas lojas próprias e com alguns clientes reconhecidos como o Marc Jacobs e a Donna Karan (Carli, *et al.*, 2007).



Figura 6: Manos del Uruguay (Manos del Uruguay, 2016).

A cooperativa “Puro Corazón” surgiu com o casal Carolina Restrepo e Jean Edouard Trommer, que introduziram o artesanato no *design* de um modo que existisse convivência social, gerando renda para pessoas que sofressem de violência doméstica (Carli, *et al.*, 2007).

Estes são alguns exemplos de sucesso que aliam a sustentabilidade ao *design* social, e os quais pretendemos aprofundar o conhecimento sobre as suas dinâmicas de funcionamento. Pretende-se ainda e pesquisar casos semelhantes, no terreno nacional, que por serem muito escassos e muito tímidos ainda não têm as suas práticas divulgadas na Internet.

2.2. Resíduos da Indústria Têxtil e Vestuário

A gestão do desperdício e da reciclagem, é um dos focos desta pesquisa pois a quantidade de desperdícios e de resíduos têxteis na indústria têxtil e vestuário nacional é colossal e acredita-se que pode ser gerida de modo a ser utilizada noutros projetos de forma sustentável.

O resíduo é uma “qualquer substância ou objeto de que o detentor se desfaz ou tem intenção ou obrigação de se desfazer” (alínea 1 do art.º. 3 da Directoria-Quadro (DQR) nº 2008/98/CE de 19 de Novembro).



Figura 7: Gestão de Resíduos (APA, 2011).

No decorrer deste conceito, todas as atividades envolvidas com os resíduos são classificadas na Gestão de Resíduos, esquematizada na figura 7, incluindo as atividades de “recolha; transporte; valorização e eliminação destes e ainda, a supervisão destas operações; a manutenção dos locais de eliminação após encerramento e as medidas tomadas na qualidade de comerciante ou corretor” (alínea 9 do art.º 3 da DQR). Por outro lado, as políticas ambientais; o quadro normativo existente; a regulação destas atividades de gestão e a prevenção de produção de resíduos também fazem parte deste tema.



Figura 8: Hierarquia da gestão dos resíduos (Adaptação de APA 2015).

A gestão de resíduos segue-se pela hierarquia dos 3 R's, ou seja, existe uma hierarquia entre as opções de gestão de resíduos, iniciando na prevenção da produção destes e apenas depois de todos os esforços serem concluídos neste sentido é que se podem utilizar as práticas como a reutilização e a reciclagem (fig 8). A última opção é sempre a eliminação dos resíduos, que normalmente consiste na deposição num aterro sanitário (alínea 1 do art.º 4 do DQR).

A intensificação das atividades económicas conduz à escassez dos recursos naturais e para o aumento do volume de resíduos produzidos, que são depositados no meio ambiente, e em conjunto formam um impacto negativo. Assim, a sustentabilidade, mais uma vez, torna-se a resposta para este impacto e as políticas relativas ao meio ambiente tornam-se prioritárias, especialmente na União Europeia, para que ações de gestão de resíduos sejam implementadas de uma forma sustentável.

2.2.1. Enquadramento Legal Português

Em Portugal, a Agência Portuguesa do Ambiente (APA) é o organismo cuja missão é a formulação de um Plano Nacional de Gestão de Resíduos (PNGR), que consiste “planeamento macro da política de resíduos estabelecendo as orientações estratégicas, de âmbito nacional, de prevenção e gestão de resíduos, no sentido da concretização dos princípios enunciados na legislação comunitária e nacional, numa ótica de proteção do ambiente e desenvolvimento do país” (APA, 2016).

Este planeamento também determina o desenvolvimento de quatro planos setoriais específicos, dos quais dois destes são fundamentais para o estudo dos resíduos têxteis, o Plano Estratégico de Resíduos Sólidos Urbanos (PERSU) e o Plano Estratégico de Gestão de Resíduos Industriais (PESGRI) (Agência Portuguesa do Ambiente, 2016). Este último é o mais importante para este estudo em específico devido ao estudo de caso mencionado anteriormente.

Segundo a APA (2011), “a gestão de resíduos tem vindo a melhorar significativamente com a introdução de legislação específica, no entanto, continua a verificar-se que a atuação das microempresas que revelam baixa qualificação ao nível dos recursos humanos e dos processos tecnológicos. Urge assim a necessidade de qualificar o sector através da criação de incentivos à economia de mercado para que o resíduo seja visto como fonte alternativa de matéria-prima e não como “lixo” (APA, 2011).

Os resíduos gerados industrialmente são classificados segundo a Lista Europeia de Resíduos (LER), definida na Portaria 209/2204, e os códigos utilizados para os resíduos têxteis apresentam-se na tabela 1.

Como é observável pela tabela 1, os resíduos originários da Indústria Têxtil e de Vestuário encontram-se primeiramente no código “04”, mas alguns resíduos têxteis provenientes de outras fontes também podem ser inseridos nos códigos 15, 16, 17, 19 e 20.

Tabela 1: Classificação de Resíduos da Indústria têxtil Segundo a Lista Europeia de Resíduos (LER) (Adaptada da Portaria 209/2204)	
Código	Descrição
04 01 09	Resíduos da confeção e acabamentos
04 02 09	Resíduos de materiais compósitos (têxteis impregnados, elastómeros e plastómeros)
04 02 15	Resíduos da indústria têxtil (essencialmente da origem do corte, da confeção, do embalamento, do processo de produção, entre outros processos da indústria têxtil)
04 02 21	Resíduos de fibras têxteis não processadas (essencialmente restos de fibras que não foram sujeitas a qualquer processamento)
04 02 22	Resíduos de fibras têxteis processadas (incluem restos de fibras, fios, tiras de malha e tecido, algodão, desperdícios, fibras retidas nos filtros das máquinas, entre outros)
15 01 03	Resíduos de embalagens têxteis (utilizados nos fardos de algodão, por exemplo)

Estes códigos são muito importantes porque cada um está associado a operadores de gestão de resíduos específicos licenciados para a sua gestão. Assim, o anexo III da portaria 209/2004, determina as operações de valorização e eliminação a praticar. Na tabela 2, pode-se observar o respetivo código de valorização de acordo com o código LER. O código de valorização é depois utilizado pelas empresas de reciclagem como a Recutex¹, SASIA² e Jomafil³.

A operação de valorização R13 corresponde ao “armazenamento de resíduos destinados a uma das operações enumeradas de R01 a R12 (com exclusão do armazenamento temporário, antes da recolha, no local onde os resíduos foram produzidos)”. A figura 9 refere quais são as operações de R01 a R12 (NetResíduos, 2016⁴).

¹ Recutex-recuperados Têxteis Lda. (<http://www.recutex.pt/>)

² Sasia-reciclagem De Fibras Têxteis Sa. (<http://www.sasiareciclagem.com/>)

³ Jomafil - José Madeira & Filhos, Lda.

⁴ <http://www.netresiduos.com/homepage.aspx?menuid=31>

Tabela 2: Operação de Valorização segundo a Classificação de Resíduos da Indústria Têxtil (Fonte: Adaptada Portaria 209/2204)		
<i>Código</i>	<i>Descrição</i>	<i>Operação de Valorização</i>
04 01 09	Resíduos da confecção e acabamentos	R13
04 02 09	Resíduos de materiais compósitos (têxteis impregnados, elastômeros e plastômeros);	R13
04 02 15	Resíduos da indústria têxtil (essencialmente da origem do corte, da confecção, do embalagem, do processo de produção, entre outros processos da indústria têxtil))	R13
04 02 21	Resíduos de fibras têxteis não processadas (essencialmente restos de fibras que não foram sujeitas a qualquer processamento)	R13
04 02 22	Resíduos de fibras têxteis processadas (incluem restos de fibras, fios, tiras de malha e tecido, algodão, desperdícios, fibras retidas nos filtros das máquinas, entre outros)	R13
15 01 03	Resíduos de embalagens têxteis (utilizados nos fardos de algodão, por exemplo).	R13

R01	UTILIZAÇÃO PRINCIPAL COMO COMBUSTÍVEL OU OUTROS MEIOS DE PRODUÇÃO DE ENERGIA
R02	RECUPERAÇÃO/REGENERAÇÃO DE SOLVENTES
R03	RECICLAGEM/RECUPERAÇÃO DE SUBSTÂNCIAS ORGÂNICAS NÃO UTILIZADAS COMO SOLVENTES (INCLUINDO DIGESTÃO ANAERÓBIA E OU COMPOSTAGEM E OUTROS PROCESSOS DE TRANSFORMAÇÃO BIOLÓGICA)
R04	RECICLAGEM/RECUPERAÇÃO DE METAIS E COMPOSTOS METÁLICOS
R05	RECICLAGEM/RECUPERAÇÃO DE OUTROS MATERIAIS INORGÂNICOS
R06	REGENERAÇÃO DE ÁCIDOS OU DE BASES
R07	VALORIZAÇÃO DE COMPONENTES UTILIZADOS NA REDUÇÃO DA POLUIÇÃO
R08	VALORIZAÇÃO DE COMPONENTES DE CATALISADORES
R09	REFINAÇÃO DE ÓLEOS E OUTRAS REUTILIZAÇÕES DE ÓLEOS
R10	TRATAMENTO DO SOLO PARA BENEFÍCIO AGRÍCOLA OU MELHORAMENTO AMBIENTAL
R11	UTILIZAÇÃO DE RESÍDUOS OBTIDOS A PARTIR DE QUALQUER DAS OPERAÇÕES ENUMERADAS DE R01 A R10
R12	TROCA DE RESÍDUOS COM VISTA A SUBMETÊ-LOS A UMA DAS OPERAÇÕES ENUMERADAS DE R01 A R11
R13	ARMAZENAMENTO DE RESÍDUOS DESTINADOS A UMA DAS OPERAÇÕES ENUMERADAS DE R01 A R12 (COM EXCLUSÃO DO ARMAZENAMENTO TEMPORÁRIO, ANTES DA RECOLHA, NO LOCAL ONDE OS RESÍDUOS FORAM PRODUZIDOS)

Figura 9: Descrição das Operações de Valorização (NetResíduos, 2016).

2.2.2. Valorização de Resíduos

A quantidade de resíduos produzidos nas empresas têxteis e de vestuário são muito variáveis, dependendo das dimensões da empresa, da sua principal atividade e das etapas envolvidas no processo produtivo.

De um modo geral, existe uma triagem de resíduos nestas empresas, embora este processo possa variar de empresa para empresa, sendo que algumas apenas fazem triagem dos resíduos mais comuns como plástico e papel, outras, mais desenvolvidas, incluem processos mais evoluídos.

Após triagem, os resíduos são entregues a empresas operadoras de resíduos autorizadas ou licenciadas para o efeito, sendo posteriormente encaminhados para valorização ou eliminação.

Os resíduos encaminhados para a valorização podem ser reciclados ou reutilizados e os que são conduzidos para a eliminação, normalmente, são colocados em aterro sanitário, ou seja, depositados no solo.

Na tabela 3 apresentam-se os resíduos têxteis gerados nos últimos cinco anos em Portugal, estes foram obtidos no Instituto Nacional de Estatística (INE) e na Agência Portuguesa do Ambiente (APA).

Como se pode observar na tabela 3, em 2015 foram produzidas 54 001 toneladas de resíduos têxteis nas indústrias têxteis, de vestuário, do couro e dos produtos do couro.

Tabela 3: Resíduos Têxteis em Portugal por Atividade Económica (INE Adaptado, 2016)			
Período	Fabricação de Têxteis (t)	Resíduos (t)	
2015	54 001	6 335	
2014	49 673	6 759	
2013	44 378	6 648	
2012	42 570	4 646	
2011		63 904	3 666

No gráfico da figura 10 é possível observar os tipos de resíduos (em toneladas) produzidos em 2015 na Fabricação de Têxteis, ou seja, em todas as empresas têxteis e de vestuário em Portugal, concluindo-se que estes são maioritariamente resíduos têxteis (não perigosos).

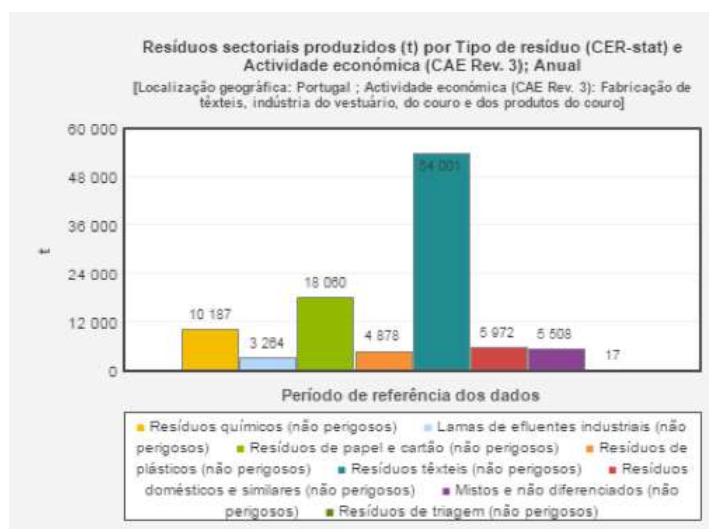


Figura 10: Tipos de Resíduos Produzidos na Fabricação de Têxteis (Fonte: INE, 2015).

Na figura 11 pode observar-se os tipos de operações de gestão de resíduos que foram utilizados em 2015 nas empresas têxteis e de vestuário em Portugal, denotando-se que 84 351 toneladas de resíduos são valorizados, através de operações de reciclagem e recuperação e 26 465 toneladas são eliminados, através de operações de eliminação, sendo maioritariamente depositados em aterros.

Após este breve estudo, para melhor perceber o problema, realizou-se um estudo caso. Este

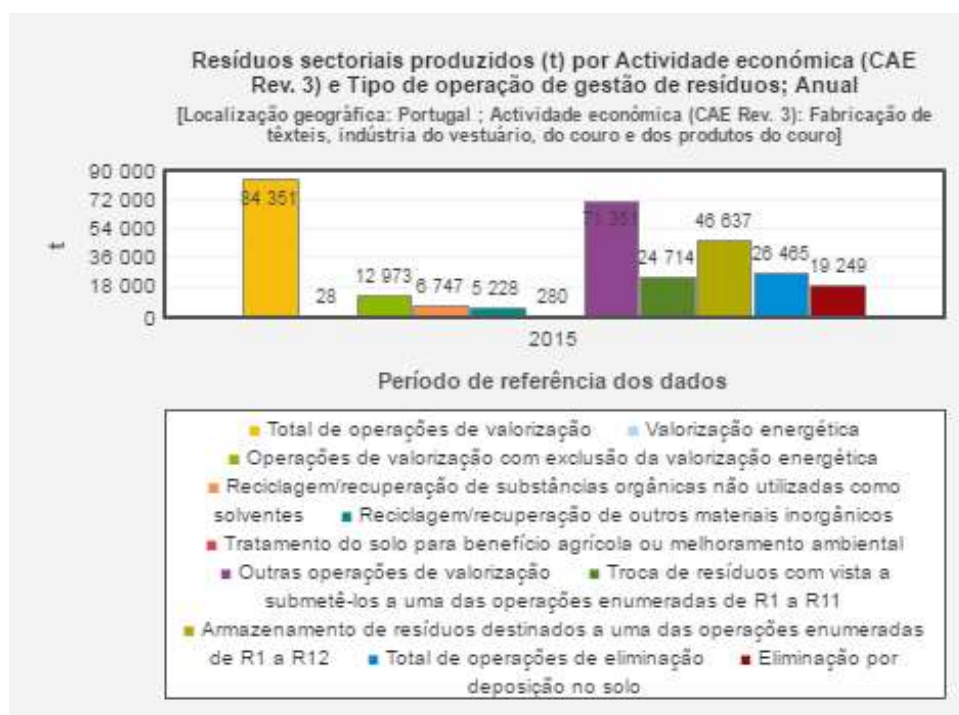


Figura 11: Tipo de Operação de Gestão de Resíduos (Fonte: INE, 2015).

estudo permite a análise da gestão de resíduos num contexto real e num caso específico, o que possibilita

uma melhor compreensão sobre os resíduos produzidos dentro de uma empresa têxtil, ou seja, como estes são produzidos, bem como a quantidade em que são gerados, organizados, armazenados, tratados e por fim, se são reutilizados ou eliminados e qual o custo da gestão deste para a empresa.

CAPÍTULO III: DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO EMPÍRICO

Após revisão literária de conceitos e um levantamento do estado da arte, segue-se o desenvolvimento da investigação que passa primeiramente por uma pesquisa exploratória sobre projetos de sustentabilidade realizados em Portugal, seguida por um estudo de caso.

A pesquisa exploratória é um estudo preliminar que permite procurar padrões, ideias ou hipóteses de forma a realizar descobertas sobre assuntos pouco estudados anteriormente. Esta pesquisa também possibilita a avaliação de teorias ou conceitos existentes que podem ser aplicados a um determinado problema e novas teorias e conceitos podem ser desenvolvidos (Collis & Hussey, 2005).

Assim, como primeira abordagem neste estudo, realizou-se uma pesquisa sobre projetos de sustentabilidade realizados em Portugal.

O método de estudo de caso faz parte de uma pesquisa exploratória de cariz qualitativo, e é um processo de estudo fundamental quando o assunto em investigação apenas se conhece de modo superficialmente e que é necessário o contato direto com o problema para uma melhor compreensão através de observações e percepções profundas, assim esta pesquisa empírica possibilita estudar detalhadamente um caso singular no contexto da vida real (Yin, 2005). Robson (2002, pág. 178) ainda acrescenta que “o estudo de caso é uma estratégia que envolve uma investigação empírica de um fenómeno particular contemporâneo dentro do seu contexto real, utilizando múltiplas fontes de evidências”, sendo considerada uma das estratégias de investigação de “projetos flexíveis”.

Neste trabalho, o estudo de caso é aplicado a uma empresa têxtil, no ramo da confeção: a Silsa Confeções, SA.

3.1. Pesquisa Exploratória

Após a realização do levantamento do estado da arte, emergiu a necessidade de uma pesquisa exploratória sobre associações e organizações criativas em Portugal que poderiam de alguma forma trabalhar com desperdícios limpos da indústria têxtil.

Para esta pesquisa, procedeu-se a uma procura intensiva através do motor de pesquisa “Google” focada em algumas palavras-chave, tais como associação, têxtil, vestuário, artesanato, costura, associações sociais, sustentabilidade, entre outras. Desta pesquisa surgiram 14 associações

relacionadas (anexo I) com artesanato e/ou desenvolvimento social, que pudessem estar a colaborar em projetos de artesanato com materiais têxteis ou pudessem estar interessadas no desenvolvimento de um projeto sustentável envolvendo materiais têxteis.

Com o intuito de perceber o interesse e possível envolvimento destas identidades com projetos sustentáveis, realizou-se um inquérito estruturado, constituído por questões maioritariamente abertas, permitindo liberdade de expressão na resposta dos inquiridos e facilitando a recolha de informação mais diversificada sobre o tema em questão. Este inquérito foi distribuído via correio electrónico.

Na planificação deste inquérito estiveram em causa várias características fundamentais para uma melhor compreensão destas entidades, nomeadamente a sua forma de organização, os seus métodos de trabalho, a gestão dos seus recursos e matérias-primas e a sua disponibilidade para novos projetos.

The image shows a digital form with five numbered sections. Each section has a title followed by an asterisk, indicating it is a required field. Section 1 is 'Nome da Organização', section 2 is 'Morada', section 3 is 'Contato Telefónico', and section 4 is 'E-mail'. Each of these four sections has a single-line text input field below it. Section 5 is 'Área de Atuação/Atividade Principal', followed by the instruction 'Marcar tudo o que for aplicável.' Below this instruction is a list of nine categories, each preceded by an unchecked checkbox: 'Cultura e Artes', 'Educação e Investigação', 'Saúde', 'Serviços Sociais', 'Desenvolvimento', 'Defesa dos Direitos Humanos e Cidadania Ativa', 'Proteção Civil', 'Proteção do Ambiente', and 'Outra:'. The 'Outra:' category has a text input field next to it.

1. Nome da Organização *

2. Morada *

3. Contato Telefónico *

4. E-mail *

5. Área de Atuação/Atividade Principal *

Marcar tudo o que for aplicável.

☐ Cultura e Artes

☐ Educação e Investigação

☐ Saúde

☐ Serviços Sociais

☐ Desenvolvimento

☐ Defesa dos Direitos Humanos e Cidadania Ativa

☐ Proteção Civil

☐ Proteção do Ambiente

☐ Outra: _____

Figura 12: 1ª Parte do Questionário (Fonte Própria)

A primeira parte do questionário (figura 12) é composto por perguntas referentes a aspetos gerais da identidade da organização, como o nome da organização, a morada, a área de atividade, etc.

Ainda sobre alguns dados da organização, no questionário também estavam presentes algumas questões sobre o estatuto jurídico, a estrutura da organização, os objetivos, o *site* (em caso de existir), a gestão da organização e quais os recursos financeiros da mesma (figura 13).

<p>6. Estatuto Jurídico * <i>Marcar apenas uma oval.</i></p> <p><input type="radio"/> Associação de Direito Privado (Sem Fins Lucrativos)</p> <p><input type="radio"/> Cooperativa</p> <p><input type="radio"/> Agrupamento Complementar de Empresa</p> <p><input type="radio"/> Organização de Natureza Funcional</p> <p><input type="radio"/> Associação Pública de Fiéis Católicos</p> <p><input type="radio"/> Outra: _____</p>	<p>9. Quais são os objetivos da organização? <i>Marcar tudo o que for aplicável.</i></p> <p><input type="checkbox"/> Ocupação de Tempos Livres</p> <p><input type="checkbox"/> Terapia Ocupacional</p> <p><input type="checkbox"/> Formação</p> <p><input type="checkbox"/> Requalificação Profissional</p> <p><input type="checkbox"/> Outra: _____</p>
<p>7. Como está estruturada a vossa organização?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>10. Possui site * <i>Marcar apenas uma oval.</i></p> <p><input type="radio"/> Sim</p> <p><input type="radio"/> Não</p>
<p>8. Quais são os principais cargos dentro da organização?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>10.1 Em caso afirmativo, qual é o site?</p> <p>_____</p>
	<p>11. Nome para Contato</p> <p>_____</p>

Figura 13: 2ª Parte do Questionário (Fonte Própria)

As seguintes perguntas (figura 14) questiona sobre a conexão das entidades a produtos têxteis e em caso afirmativo, qual a finalidade destes produtos e como conseguiam obter os recursos/matérias-primas.

12. Os produtos desenvolvidos estão ligados com materiais têxteis/vestuário/peles?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não
☐ Outra: _____

12.1. Em caso afirmativo, qual a tipologia?

Marcar tudo o que for aplicável.

- ☐ Artesanato
☐ Bordados
☐ Têxteis Lar
☐ Vestuário
☐ Acessórios de Moda
☐ Outra: _____

13. Qual a proveniência dos materiais têxteis que trabalha?

Marcar tudo o que for aplicável.

- ☐ Indústria Têxtil
☐ Indústria de Vestuário
☐ Indústria de Calçado
☐ Outra: _____

14. Como conseguem obter estes materiais têxteis?

Marcar tudo o que for aplicável.

- ☐ Comprados
☐ Oferecidos/Doados
☐ Outra: _____

Figura 14: 3ª Parte do Questionário (Fonte Própria)

No inquérito também existiam algumas questões que abordavam os recursos humanos destas associações, incluindo perguntas sobre a formação profissional dos mesmos (figura 15).

15. Quem concretiza/trabalha nestes projetos?

16. Como são selecionadas/recrutadas/treinadas estas pessoas?

Figura 15: 4ª Parte do Questionário (Fonte Própria)

Regressando aos produtos têxteis, caso existissem, também foi questionado a sua finalidade e o seu meio de comercialização (figura 16).

17. Qual a finalidade destes produtos?
Marcar tudo o que for aplicável.

☐ Comercializados

☐ Oferecidos

☐ Outra: _____

18. Caso sejam comercializados, qual o meio de comercialização?
Marcar tudo o que for aplicável.

☐ Lojas Online

☐ Feiras

☐ Lojas de Artesanato

☐ Outra: _____

Figura 16: 5ª Parte do Questionário (Fonte Própria)

Focando mais sobre as organizações, também foram colocadas as últimas perguntas sobre as suas dificuldades, pontos fortes e fracos, fontes de recursos financeiros e tipos de planeamento disponíveis (figura 17).

O inquérito encontra-se em anexo (Anexo II) sob a forma original apresentada às associações.

19. Quais são as dificuldades para o sucesso destes projetos?

20. Quais as principais fontes de recursos financeiros da organização?
Marcar tudo o que for aplicável.

☐ Doações de Pessoas Físicas

☐ Doações de Organizações Públicas

☐ Doações de Organizações Privadas

☐ Apoios do Governo

☐ Venda de Produtos/Serviços

☐ Outra: _____

21. Quais as principais dificuldades que a organização enfrenta?

22. A organização dispõe de algum tipo de planeamento?
Marcar tudo o que for aplicável.

☐ Plano de Atividades

☐ Plano Estratégico

☐ Plano de Comunicação

☐ Plano de Marketing

☐ Outra: _____

23. Quais são os pontos fortes da organização?

24. Quais são os pontos fracos da organização?

Figura 17: 6ª Parte do Questionário (Fonte Própria)

Após a planificação dos inquéritos estes foram entregues a 14 associações, que foram encontradas na primeira pesquisa, por via eletrónica.

Só foi recebido *feedback* de quatro destas associações, das quais duas não trabalham com materiais têxteis e as outras duas trabalhavam mas compravam as matérias-primas têxteis a diferentes

fornecedores. As restantes organizações não se mostraram interessadas na resposta do inquérito, nem mesmo quando abordadas telefonicamente. Deste modo, não foi possível gerar resultados suficientes para retirar conclusões e como tal, realizou-se uma pesquisa mais focada sobre os projetos (micro empresas ou pequenas marcas) com conceitos de sustentabilidade ligados à reutilização em Portugal.

3.2. Projetos com Conceitos de Sustentabilidade e Reutilização em Portugal

Os seguintes projetos apresentados são realizados em Portugal e todos têm um tema em comum: a sustentabilidade.

3.2.1. Darono

A “Darono” (figura 18) é uma marca portuguesa, que cria peças originais de *design* de interiores e que tem uma grande preocupação com questões ambientais e como tal, utiliza materiais de descarte de outra empresa, criando assim a sua própria matéria-prima a partir de poliéster e viscose, que é totalmente *ecofriendly* (Darono, 2016).



Figura 18: Tapete da Darono (Fonte: Darono, 2016)

3.2.2 Vintage For A Cause

A “Vintage For A Cause” (figura 19) é um projeto que transforma roupa usada em roupa com inspiração *vintage* de design exclusivo, cujas receitas das suas vendas reverte na íntegra para a

sustentabilidade do projeto. Este conta com o apoio de estilistas de renome como Katty Xiomara e de mulheres com mais de 50 anos que não têm uma ocupação profissional (VintageForACause, 2016).



Figura 19: Saia da Vintage For A Cause (Fonte: Vintage For A Cause, 2016).

3.2.3 Daniela

A Daniela (figura 20) é uma marca da *designer* Daniela Duarte que se diferencia por misturar tecidos antigos de lojas de tecidos locais com rolos ou retalhos que têm dificuldade em escoar com materiais mais recentes, resultando em peças jovens e descontraídas. Além disso, a Daniela aposta no processo *Slow Fashion*, produzindo as peças no seu *atelier* com a atenção na qualidade dos seus acabamentos (Daniela., 2016).



Figura 20: Camisa da Daniela Shirt Collection (Fonte: Daniela, 2017).

3.2.4 Elementum

A Elementum (figura 21) é uma marca criada pela *designer* portuguesa Daniela Pais, que se baseia na ideia de vestuário que se possa usar de várias formas, produzido a partir de materiais ecológicos e com o mínimo de cortes possível (Elementum, 2016).



Figura 21: Peça da Elementum (Fonte: Elementum, 2016).

3.2.5 Asha

A Asha (figura 22) é uma marca de calçado de *design* modular que coloca a versatilidade e transformabilidade no seu caráter sustentável, ou seja, o calçado para além de ser confortável com solas ortopédicas, ainda são versáteis porque podem ser alterados através dos seus acessórios e são feitos a partir de materiais recicláveis; biodegradáveis e/ou reaproveitados (Asha, 2016).



Figura 22: Botas da Asha (Fonte: Asha, 2016)

3.2.6 Green Boots

A Green Boots (figura 23) produz botas artesanais, produzidas segundo um processo e equipamento antigo em que cada par demora cerca de quatro horas a fazer, numa fábrica familiar que data em 1955. O seu carácter sustentável provém primeiramente da sola que é feita em borracha de pneu reciclado e também da sua durabilidade e do seu processo de recuperação de calçado, que proporciona a mudança de solas ou a recuperação de camurças, para o reaproveitamento e renovação do calçado (Green Boots, 2016).



Figura 23: Botas da Green Boots (Green Boots, 2016).

3.2.7 MDMA

A MDMA (figura 24) é uma marca de calçado que é produzida apenas com materiais reciclados, desde a sola à lona, e como tal, cada par é único e as suas coleções são de edição limitada (MDMA, 2016).



Figura 24: Sapatilhas da MDMA (MDMA, 2016).

3.2.8 A Avó Veio Trabalhar

A Avó Veio Trabalhar (figura 25) é um projeto de *design* social da Fermenta que consiste no estímulo da comunidade sénior a criar coleções de acessórios de moda e decoração através de labores tradicionais, visando o aumento do poder de intervenção dos seniores na sociedade, o envelhecimento ativo e a recuperação de técnicas antigas: bordado, tricot, tear, serigrafia, esmirna e *crochet*.



Figura 25: A Avó Veio Trabalhar (AAvoVeioTrabalhar, 2016)

3.2.9 Elizab'hats

A Elizab'hats (figura 26) foca-se em desenvolver chapéus construídos a partir da reutilização de gravatas de qualidade em fim de vida, que são unidas a uma estrutura de cortiça, resultando num produto sempre irrepetível. Todos os produtos são construídos artesanalmente em empresas familiares e costureiras de projetos sociais.



Figura 26: Elizabhats (Elizabhats,2016)

Estes são alguns exemplos de sucesso de empresas que têm no seu conceito a sustentabilidade para criar produtos sustentáveis com alto valor ambiental e baixo custo de produção, tornando-os em produtos de prestígio e de preço de valor acrescentado.

3.3 Caracterização da Empresa

A empresa em estudo é a Silsa Confeções, SA (figura 27), uma pequena-média empresa situada no norte de Portugal numa zona considerada têxtil por excelência no país. Encontra-se no distrito de Braga, na localidade Abade Neiva, Barcelos. Trata-se uma PME no ramo da confeção que começou em 1974 e a sua principal atividade é o fabrico de vestuário de malha, cuja produção se destina praticamente na sua totalidade à exportação.



Figura 27: Logo da Silsa (Silsa, 2016).

A visão da empresa reside na ambição que a “organização se torne líder e competitiva na área de mercado onde atua, destacando-se pela excelência dos processos, serviços e produtos. Encaramos o futuro com otimismo e com forte sentido de responsabilidade, de acordo com os mais elevados padrões de conduta e responsabilidade social” (Silsa Group, 2017).

A sua missão “centra-se na procura constante da satisfação dos clientes, considerando crucial a aposta na inovação, eleger parceiros de confiança e transmitindo-a, contribuir com conhecimento, transparência e rigor. Pretendemos estar em constante melhoria dos produtos para obtenção de resultados cada vez mais positivos” (Silsa Group, 2017).

A figura 28 resume os valores da Silsa Confeções, SA.



Figura 28: Valores da Silsa (Silsa, 2016).

A sua história resume-se a 43 anos de experiência, começando em 1974 na criação da empresa Silsa Confeções Lda. Em 2006, a empresa começa a sua expansão internacional, estabelecendo uma parceria na Tunísia de forma a subcontratar serviços de confecção. A evolução contínua e o crescimento da empresa faz com que seja necessária uma expansão e renovação das instalações da sede da empresa em 2008 (figura 29).



Figura 29: Instalações Silsa (Silsa, 2017).

Esta expansão permite uma melhoria na capacidade produtiva, que inclui vários departamentos, nomeadamente, modelagem; *design*; tecelagem (malhas); corte; confecção; acabamentos e embalagem, com um investimento na tecnologia mais sofisticada e inovadora.

A Silsa define como orientações estratégicas a qualidade, a sustentabilidade, a responsabilidade social e a saúde e segurança no trabalho. Em relação ao requisito de qualidade, a empresa tem como objetivo assegurar os seus clientes e a sua satisfação. Os seus principais clientes são a Next; a Acne Studios; a Zara; a Moncler; a BMW e a Porsche.

Como empresa inovadora que é, a Silsa encontra-se presente num projeto abrangido pelo programa Portugal 2020 apoiado pela União Europeia. Este projeto designa-se por Ai MIOPO – Alchemy Innovation e tem como objetivo principal reforçar a competitividade, apostando na sustentabilidade. A Silsa pretende “introduzir uma nova gama de produtos ecológicos e sustentáveis, fabricados a partir de matérias-primas ecológicas e processos produtivos eficientes e amigos do ambiente. Os novos clientes dos produtos «MIOPO» irão assim adquirir peças que foram confeccionadas para si próprios (foco na customização) e a partir de técnicas de produção ecologicamente sustentáveis em benefício do meio ambiente” (Silsa Group, 2017).

Deste projeto surge então a Miopo, que é a nova marca da Silsa que ainda está na fase de desenvolvimento e que tem como objetivo a produção e comercialização de produtos sustentáveis. Um dos objetivos também é comercialização por uma loja virtual, e o *site* da marca (miopoessence.com) já está disponível, apesar de ainda estar em construção.

A Silsa também se encontra presentemente no projeto Green Textile Club, que como o próprio nome indica, promove a competitividade das pequenas/médias empresas do Sector Têxtil e do Vestuário através da criação de um clube de empresas sustentáveis.

O pilar deste projeto é a sustentabilidade económica, social e ambiental e como tal, todas as empresas inseridas tem por obrigação a implementação e certificação de novos referenciais nesta área, mais especificamente, dever estar comprovadas pela certificação Step (Sustainable Textile Production) by Oeko-Tex.

Este projeto também serve como plataforma de comunicação entre várias empresas permitindo a troca de experiências e boas práticas no tema de sustentabilidade, suporte de resolução de dificuldades e reforço das capacidades destas.

A razão principal para a escolha desta empresa como estudo de caso foi a sua disponibilidade para realizarmos esta investigação dentro da mesma e o seu interesse por projetos de sustentabilidade, que podemos comprovar por ambos os projetos em que a empresa está inserida.

3.4 Levantamento do Desperdício (na empresa Silsa)

Este estudo de caso auxilia na perceção e identificação do volume de Desperdício, para uma otimização dos processos, por forma a reduzi-los. Deste modo, foi primeiramente feita a recolha de dados, tanto os disponibilizados pela empresa, relativamente aos seus resíduos sólidos, como os conseguidos através da observação diária da mesma. Assim, verificou-se que os resíduos sólidos produzidos podem ser enquadrados em três categorias diferentes: plástico, têxteis e papel/ cartão (tabela 4).

Tabela 4: Resíduos Industriais da Confeção (em Kg) (Fonte: Dados Cedidos pela Empresa)			
Resíduos	Industriais		Embalagens
	Têxtil	Plástico	Papel&Cartão
Código do resíduo	04 02 15	15 01 02	15 01 01
2016 (Jan-Jun.)	4940	206	7390
2015	7980	512	8830

Como podemos observar na Tabela 4, enquanto os resíduos têxteis produzidos em 2015 foram de 7980 kg, nos primeiros seis meses de 2016, os valores já são de 4940 kg, o que certamente implica que a empresa no presente ano produzirá mais desperdícios têxteis do que o ano passado. De acordo com os dados da mesma tabela os tipos de resíduos mais produzidos são as embalagens de papel e cartão, tanto no 2016 como no 2015, logo seguidos pelos resíduos têxteis. Estes resíduos são encaminhados e tratados pela empresa Valor-Rib⁵, que é uma entidade competente para tratamento de resíduos, sendo que o ultimo recurso utilizado para a sua eliminação é o depósito no solo (denominada operação D1).

Pelos dados cedidos pela empresa, o custo do tratamento dos resíduos têxteis para a empresa foi de cerca de duas centenas de euros (até Junho de 2016) e quatro centenas de euros em 2015.

A Valor-Rib também procede à triagem de produtos valorizáveis, incluindo têxteis, que são encaminhados para os recicladores competentes. No entanto, segundo informação da Silsa, nenhum dos resíduos têxteis gerados nesta empresa foi encaminhado para esse fim.

⁵ Valor-Rib - Industria de Resíduos, Lda (Código de Atividade Económica:38212 -Tratamento e eliminação de outros resíduos não perigosos; Atividade Geral Desenvolvida: Triagem e aterro de resíduos industriais não perigosos)

Durante o ano de 2015, a empresa vendeu alguns dos seus resíduos para um cliente privado, incluindo desperdícios de corte e desperdícios de malha (tirelas), que renderam cerca de mil euros para a empresa. Posto isto, foi realizada uma monitorização destes resíduos no interior da empresa para perceber melhor como estes são produzidos e tratados. Durante este processo, verificou-se que a secção que mais gera desperdício é a secção de corte, na qual a recolha dos resíduos é feita através de duas condutas que se encontram no fundo da máquina de corte (figura 30). Nestas condutas é feita a separação entre cartão-papel-plástico e têxteis; A triagem entre papel-cartão e plástico é feita numa etapa seguinte. Não existe qualquer separação ou seriação dos resíduos têxteis quer por cor ou qualidade de matéria-prima.

No final do dia, são armazenados em contentores (figura 31). No final de cada mês os resíduos são recolhidos pelas entidades competentes para o seu tratamento.



Figura 30: Secções de Separação de Resíduos na Máquina de Corte (Fonte Própria).



Figura 31: Resíduos Armazenados (Fonte Própria).

Desenvolvimento do Trabalho Empírico

Verificou-se que a empresa não faz qualquer tipo de reaproveitamento dos desperdícios, limitando-se a descartá-los como lixo.

CAPÍTULO IV: CONCLUSÕES E PERSPETIVAS FUTURAS

4.1. Conclusões

Estudar as questões relacionadas com a sustentabilidade na Indústria Têxtil e de Vestuário em Portugal, com foco na gestão de resíduos foi o desafio proposto neste trabalho de investigação. Este desafio para além de proporcionar um enriquecimento teórico, também se torna uma oportunidade de reflexão sobre o nosso papel na sociedade que exige uma mudança nos sistemas atuais de produção e consumo.

Inicialmente, o objetivo desta pesquisa era aferir a sustentabilidade da Indústria Têxtil e de Vestuário, numa perspetiva ambiental. No aprofundar do tema, novas problemáticas foram surgindo como a necessidade de um estudo específico da gestão dos resíduos numa empresa têxtil, o levantamento da legislação que aborde este tema e a análise de projetos que apresentam possíveis soluções para este tema.

Assim, a revisão bibliográfica permite uma melhor compreensão dos temas e conceitos em discussão, em que se foi compreendendo uma série de acontecimentos nocivos para o meio ambiente que impeliram a preocupação com este, e como se pode construir um caminho para a sustentabilidade. Percebeu-se também que para além da esfera ambiental, também é essencial pensar no desenvolvimento social, promovendo a valorização das pessoas, ou seja, atingir um equilíbrio económico sem exaurir recursos humanos.

As várias soluções já implementadas e descritas, apresentam possibilidades para a minimização destes problemas. Conseguiu-se compreender que por meio de projetos de organismos e de *designers*, existe um caminho que consiste na prosperidade partilhada, marcada pela solidariedade, preservação ambiental e valorização humana.

Temos então que interligar duas realidades, a insustentabilidade ambiental das práticas da Indústria Têxtil, e a possibilidade da sua minimização através de parcerias com Indústrias Criativas e *Designers* interessados na reutilização de Resíduos Têxteis.

O Questionário descrito no Desenvolvimento Empírico foi enviado a diferentes Organismos, que no caso de não estarem inseridos em projetos de reaproveitamento de resíduos têxteis, pudessem estar abertos a essa perspetiva. Das respostas recebidas e das não recebidas também, afere-se uma dispersão

de dados, no sentido de ser difícil concluir que Indústrias Criativas ou *Designers* estariam, no nosso país, e para além dos descritos no Caso de Estudo, interessados no desenvolvimento de projetos similares. O que reforça o interesse em aprofundar este tema. A falta de respostas foi também a razão principal para que este estudo se desviasse do objetivo inicial, o da procura por Indústrias Criativas que implementassem este tipo de parcerias, para uma pesquisa mais contemplativa das oportunidades que se abririam na disseminação deste tipo de projeto. Tendo em conta que vários dos projetos sustentáveis analisados incluíam *designers*, podemos acreditar que estes podem ser uma alternativa e impulsionadores na mudança de mentalidades.

Através da análise dos impactos gerados no setor têxtil e de vestuário, conclui-se um cenário preocupante que reflete uma grande produção de resíduos que por sua vez causam um grande impacto negativo no ambiente

Este panorama leva a políticas mais restritas nas leis ambientais e a um melhor planeamento de gestão de resíduos, para que seja possível o crescimento do setor e um impacto mais positivo no ambiente e na sociedade.

Após este estudo teórico, foi necessário a realização de um estudo com o objetivo de compreender detalhadamente a gestão de resíduos numa empresa em contexto real. O estudo de caso foi a empresa Silsa, que se trata de uma confeção têxtil.

A partir dos dados recolhidos é possível constatar que a geração de resíduos é um problema ambiental grave, pois são cerca de 54 toneladas de resíduos anuais a serem descartados em aterros, para além de serem também uma perda financeira. Além de confirmar que é necessário, e possível, identificar ações que podem tornar este processo mais sustentável, quer em termos ambientais, quer em termos sociais e económicos.

Estas ações, referidas anteriormente e que foram identificadas em alguns casos de sucesso já implementados em Portugal, tornam-se uma prova de que o reaproveitamento de resíduos para a confeção de novos produtos é uma forma viável de resolver esta questão, para além de ser uma mais valia porque se criam produtos com valor acrescentado e quiçá, novos postos de trabalho. No entanto, em Portugal os passos são tímidos nessas soluções, na criação de negócios criativos, que trabalham com o reaproveitamento de resíduos para o desenvolvimento de novos produtos.

Acredita-se que o presente trabalho tenha conseguido atingir os objetivos no sentido que apresenta claramente que existe uma grande questão na gestão de resíduos da indústria têxtil, que esta cria um impacto negativo no ambiente, mas que é possível um caminho mais sustentável através do

reaproveitamento dos resíduos têxteis através de parcerias realizadas com organizações criativas ou *designers*.

Mas é importante explicar, que uma das dificuldades no reaproveitamento destes “lixos limpos” na Indústria Têxtil prende-se com o facto de não haver um enquadramento legal para facultar estes materiais às pequenas associações ou organizações de carácter criativo.

Importa realçar também, que existem várias associações criativas em Portugal que de alguma forma trabalham produtos têxteis e que possivelmente podem seguir por um caminho mais sustentável, reaproveitando os resíduos têxteis, no entanto limitam-se a comprar o material têxtil a lojas de tecidos.

Por tudo isto, podemos categorizar as nossas conclusões em três conclusões principais:

- A produção de resíduos têxteis que não são reaproveitados de nenhuma forma é um caminho incomportável ambientalmente, mas que também pode originar algum *stress* financeiro às empresas, quando esta não estão otimizadas no campo de Gestão de Resíduos;

- As Organizações Criativas são um fim promissor para este tipo de Resíduos; e, por fim:

- A simbiose que se pode criar nesta ideia é extremamente positiva, para todos os intervenientes, e em última análise o consumidor comum, não só na qualidade e durabilidade dos produtos, mas também na sustentabilidade ambiental da sua produção.

4.2. Perspetivas Futuras

Como perspetivas futuras para este trabalho pretende-se primeiramente aprofundar o estudo sobre as indústrias criativas (na área têxtil) em Portugal e também aprofundar esta investigação com o intuito de desenvolver estruturas/meios alicerçados na sustentabilidade de forma a promover interações entre empresas produtoras de resíduos têxteis e associações e/ou organismos criativos que os possam trabalhar de forma a produzir produtos ecológicos. Para tal, é necessário construir soluções que para além de conseguirem reaproveitar estes resíduos, trabalhando assim na sustentabilidade ambiental, também possam entregar benefícios em outras esferas da sustentabilidade, como por exemplo, na sustentabilidade social, favorecendo o crescimento profissional de camadas mais desfavorecidas da sociedade em sistemas de autonomia económica.

Levando em consideração estes aspetos, pretende-se trabalhar na gestão de resíduos desta empresa (estudo de caso), no sentido não só de reduzir os seus resíduos têxteis, mas também de os poder classificar e organizar de forma a serem usados como matéria-prima para novos produtos, quer dentro da própria empresa, quer para outras empresas de carácter mais criativo e conseguir assim soluções mais sustentáveis para os resíduos têxteis.

BIBLIOGRAFIA

- A Avó Veio Trabalhar. (Janeiro de 2016). *A Avó Veio Trabalhar*. Obtido de Facebbok: <https://www.facebook.com/AAvoVeioTrabalhar/>
- Agência Portuguesa do Ambiente. (2016). *APAmbiente*. Obtido de APAmbiente: <https://www.apambiente.pt>
- APA. (2011). *Projeto Plano NAcional de Gestão de Resíduos*. Obtido de Agência Portuguesa do Ambiente: <http://www.apambiente.pt/index.php?ref=16&subref=84&sub2ref=108>.
- APAmbiente. (2016). *APAmbiente*. Obtido em 8 de Setembro de 2016, de <http://www.apambiente.pt/>
- Araújo, M. B. (2014). *Marcas de Moda Sustentável: Critérios de Sustentabilidade e Ferramentas de Comunicação*. Guimarães: Universidade do Minho.
- Asha. (2016). *Asha*. Obtido de Asha Shoes: <https://www.asha-shoes.pt/>
- Associação Têxtil e Vestuário de Portugal. (2016). *Fashion From Portugal*.
- Barbosa, J. (2002). Desperdício e ineficiência. *Congresso Internacional de Pesquisa em Design* (pp. 1608-1615). Brasília: Fundação Universidade de Brasília.
- Berlin, L. (2012). *Moda e Sustentabilidade, um reflexão necessária*. São Paulo, Brasil: Estação das Letras e Cores.
- Black, S. (2008). *Eco-Chic - The Fashion Paradox*. London: Black Dog Publishing.
- Braidotti, R. C. (2000). *Mulher, Ambiente e Desenvolvimento Sustentável. Perspetivas Ecológicas*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Braungart, M., & McDonough, W. (2013). *Cradle to Cradle - Criar e Reciclar Ilimitadamente* (1ª ed.). São Paulo: Gustavo Gili.
- Brown, T. (2008). *Design Thinking*. Obtido em 14 de Agosto de 2016, de Ideo: http://www.ideo.com/images/uploads/news/pdfs/IDEO_HBR_Design_Thinking.pdf
- Capelini, M. (2007). *Potencialidade e aplicação da prevenção de resíduos de embalagens: Abordagem sobre o projeto do produto e consumo*. São Paulo: Universidade de São Paulo.
- Cardon, E. C. (2010). *Unleashing design: planning and the art of battle command*. Military Review.
- Carli, A. M., Cavalheiro, I., & Brisotto, P. (2007). *Novos Valores e Novas Práticas para o Design de Moda: Parcerias Artesanato/Indústria*. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul.

Carli, M. F. (2012). *A construção da moda através do não consumo: O blog Um ano sem Zara*. Curitiba: Universidade Tuiuti do Paraná (UTP).

CENIT. (2010). Conselhos ecológicos - Um bom Guia Verde. *Jornal Têxtil*, N° 138, 7.

Collis, J., & Hussey, R. (2005). *Pesquisa em Administração*. Porto Alegre: Bookman.

Contextura. (Setembro de 2016). *ShopContextura*. Obtido de ShopContextura: <https://www.shopcontextura.com/cms/sobre-a-contextura>

Daniela. (2016). *Daniela*. Obtido de Danielapontofinal: <https://www.danielapontofinal.com/>

Darono. (2016). *Darono*. Obtido em 14 de Agosto de 2016, de http://www.darono.pt/?page_id=118&lang=PT

Earth Charter, I. (s.d.). *The Earth Charter*. Obtido em 25 de Janeiro de 2017, de http://www.unesco.org/education/tlsf/mods/theme_a/img/02_earthcharter.pdf

Elementum. (2016). *Elementum*. Obtido de Luxury Is To Have Simple Things: <http://luxuryistohavesimplethings.com/>

Elizabhats. (Janeiro de 2016). *Elizabhats*. Obtido de Facebbok: <https://www.facebook.com/elizabhats/?fref=ts>

Forum For The Future. (2007). *Fashioning Sustainability*. UK.

Goedtel, N. (2013). A relação entre moda e consumo sustentável na decisão de compra de vestuário. Rio Grande do Sul: Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Obtido de <http://hdl.handle.net/10183/112103>

Gonçalves, A. (2015). *Moda Sustentável e Marketing Experiencial: Fatores que Influenciam a Intenção de Compra*. Criative University. Obtido de <http://hdl.handle.net/10400.26/11424>

Green Boots. (2016). *Green Boots*. Obtido de Green Boots: <https://greenboots.pt/>

INE. (2016). *INE*. Obtido em 5 de Setembro de 2016, de https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpgid=ine_main&xpid=INE

InsectaShoes. (2016). *InsectaShoes*. Obtido em 14 de Agosto de 2016, de <http://www.insectashoes.com/p/sobre-a-insecta>

Manzini, E., & Vezzoli, C. (2008). O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais. São Paulo: Universidade de São Paulo.

MDMA. (2016). *MDMA*. Obtido de MDMA Shoes: <https://mdmashoes.com/>

Morais, C., & Figueiredo, M. C. (2013). A Sustentabilidade no Design de Vestuário. Lisboa: Universidade Técnica de Lisboa.

- Morais, C., Carvalho, C., & Broega, C. (2012). Metodologia de Eco-Design no Ciclo de Moda: Reutilização e Reciclagem do Despedício de Vestuário. Unniversidade do Minho. Obtido em 16 de 12 de 2015
- Mowbray, J., & Davis, H. (2010). *Eco-Textile Labeling Guide - For manufacturers, retailers and brands* (2nd edition ed.). UK: MCL Global.
- NetResíduos. (2016). *NetResíduos*. Obtido de Portal Português da Gestão de Resíduos: <http://www.netresiduos.com/content.aspx?menuid=103>
- Oenning, J. (2012). Slow Fashion: Um caminho possível para o Design de Moda Sustentável. Universidade do Minho.
- Paulins, V., & Hillery, J. (2009). Ethics in the Fashion Industry. . New York: Farchild Books.
- Robson, C. (2002). *Real world research: a resource for social scientists and practitioner-researchers*. Oxford: Blackwell Publishers Inc.
- Schulte, N., & Lopez, L. (2007). Sustentabilidade Ambiental no Produto de Moda. Brasil.
- Silva Group. (Janeiro de 2017). *Silva*. Obtido em Janeiro de 2016, de Silva: <http://www.silva.pt/empresa>
- Simons, H. (2012). *Case Study Research in Praticce* . Los Angeles: Publications.
- Tomás , C. (10 de Janeiro de 2016). 230 Toneladas de Roupas Vão para o Lixo. *Expresso*. Obtido em 16 de Janeiro de 2016
- VintageForACause. (2016). *VintageForACause*. Obtido em 16 de Agosto de 2016, de <http://vintageforacause.pt/quem-somos/>
- Voltolini, R. (2012). *Liderança para a Sustentabilidade, um Recurso Renovável*. Obtido em 14 de Agosto de 2016, de Akatu: <http://www.akatu.org.br/Temas/Sustentabilidade/Posts/Lideranca-para-a-sustentabilidade-um-recurso-renovavel>
- World Commission, o. (1987). *Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development*. Obtido em 25 de Janeiro de 2017, de http://eur-lex.europa.eu/summary/chapter/environment.html?root_default=SUM_1_CODED%3D20,SUM_2_CODED%3D2003&locale=pt
- Yin, R. (2005). *Estudo de Caso: Planeamento e Métodos* (3ª ed.). Porto Alegre: Bookman.

ANEXO I – RESULTADOS SOBRE AS ASSOCIAÇÕES

Nº	Nome da Instituição	Morada	Código-Postal	Email Institucional	Telefone
1	A.A.S.E (Associação de Artesãos da Serra da Estrela)	Rua Dr. Gaspar Rebelo, Lote 4, Apt. 2063	6270-436 SEIA	info@aasestrela.com	238084100
2	AARN - Associação de Artesões da Região do Norte	Rua do Bonjardim, 428 - Sala 21	4000-116 Porto	aarn@sapo.pt	22203513
3	Adere Minho	Largo Comendador Manuel Joaquim de Faria, nº 1 Soutelo	4730-577 Vila Verde Braga	info@adereminho.pt	351 253 322 895
4	ADFP - Associação para o Desenvolvimento e Formação Profissional	Rua da Associação	3220-231 Miranda do Corvo	geral@adfp.pt	239 530 150
5	ADIP - Associação de Desenvolvimento Integrado de Poiares	Zona Industrial de Vila Nova de Poiares	3350-214 VILA NOVA DE POIARES	geral@adip.pt	23 942 90 00
6	ANDARTE, Associação Nacional para o Desenvolvimento do Artesanato	Rua Roberto Ivens, 122	4450-246 Matosinhos	andarte@sapo.pt	Anabela Lopes – 966 328 032 Carlos Ribeiro – 966 360 338 Hélio Coelho 7- 936 135 227 Rafael Lopes - 964 049 556
7	Associação de Artesãos da Região de Aveiro (A Barrica)	Praça Dr. Joaquim de Melo Freitas	3810-158 AVEIRO	abarrica@gmail.com	234 424 014
8	Associação de Artesãos de Odivelas (Associação de Artesãos D.Dinis)	Praceta Sacadura Cabral, n.º 7, C/V,	2675-515 Odivelas	http://aaddinil@gmail.com/	21 9343436 - 963904558
9	Associação Humanitária Cultural	Rua da Portela Beselga	3630-047 Penedono-Portugal	geral@associacaobeselguense.pt	(+351) 254 549 181

	e Recreativa Beselguense				
10	Associação para Defesa do Artesanato e Património de Vila do Conde (ADAPVC)	Praça Luís de Camões, 31 - 2º Dto	4480-719 Vila do Conde, Portugal	geral@adapvc.pt	351 252 627 700
11	Associação Portugal à Mão Centro de Estudos e Promoção das Artes e Ofícios Portugueses	Calçada da Serra, 24	4430-236 V. N. Gaia	portugalamao@gmail. com	938406044
12	Centro de Formação Profissional do Artesanato	Rua António Sérgio 36 Zona Industrial da Pedrulha	3025-041 Coimbra	geral@cearte.pt	239 497 200
13	Centro Permanente de Artesanato - Figueiró dos Vinhos	GAL-ELOZ. Entre serra da Lousã e Zêzere Rua General Humberto Delgado, nº 21	3200-242 Lousã	dueceira.eloz@mail.t elepac.pt	351 239 99 52 68
14	CORANE - Associação de Desenvolvimento da Raia Nordestina	Rua Padre António Vieira,	5300-224 Bragança	terrafria@corane.pt	(351) 273332925

Nº	Email Institucional	Telefone	Website	Área de Intervenção
1	info@aasestrela.com	238084100	aasestrela.com/	A.A.S.E (Associação de Artesãos da Serra da Estrela) foi criada em 1992 por iniciativa de um pequeno grupo de artesãos do concelho de Seia. Pretendia-se na altura identificar e organizar a capacidade de oferta dos artesãos do concelho.
2	aarn@sapo.pt	22203513	aarn.pt	A AARN – Associação de Artesãos da Região Norte – surge, de forma embrionária, em 1996, da necessidade sentida, então, por um grupo de artesãos da região norte que carecia de uma estrutura organizada que o representasse na defesa dos seus interesses e promovesse o desenvolvimento das profissões inseridas em Artes e Ofícios. Formalizada e legalizada em 1997, a AARN tem tido como objetivo prioritário a melhoria das condições socioprofissionais dos artesãos da região norte, que tem sido consolidado através do contributo prestado por esta associação como representante da Região Norte na Comissão Nacional do PPART.
3	info@adereminho.pt	351 253 322 895	adereminho.pt	A Adere-Minho - Associação para o Desenvolvimento Regional do Minho, fundada em 14 de Setembro de 1990, surge empenhada na valorização do potencial endógeno do Minho e na promoção do desenvolvimento integrado da região.
4	geral@adfp.pt	239 530 150	adfp.pt/	A Fundação ADFP - Assistência, Desenvolvimento e Formação Profissional, é uma Instituição de Solidariedade Social, sem fins lucrativos, com estatuto de utilidade pública, que prossegue a atividade da Associação para o Desenvolvimento e Formação Profissional, nascida em Novembro de 1987, e sediada em Miranda do Corvo O objetivo principal é a solidariedade social, contribuindo para a formação de pessoas com deficiência e doentes mentais, apoiando doentes crónicos, crianças, jovens, mulheres grávidas ou

				com filhos, vítimas de maus tratos, refugiados, sem-abrigo e idosos, através da criação e inovação de respostas sociais.
5	geral@adip.pt	23 942 90 00	animar-dl.pt	A Animar foi criada com o entusiasmo e o ativismo de vários cidadãos e cidadãs e organizações da sociedade civil que, com os seus corações, as suas ações e reflexões inspiraram indivíduos, organizações e políticas. Os seus antagonismos e conflitos contribuíram para a criação de outras organizações com relevo, e que se tornaram fundamentais na afirmação do desenvolvimento local em Portugal.
6	andarte@sapo.pt	966 328 032	andarte@sapo.pt	A ANDARTE tem como missão promover, difundir e defender o artesão e o Artesanato Nacional, através da identificação, captação e incentivo dos Artesãos por forma a conferir-lhes visibilidade, promovendo iniciativas, criando e organizando atividades e as estruturas necessárias para atingir os seus objetivos.
7	abarrica@gmail.com	234 424 014	http://www.aaabarrica.net/	A Associação de Artesãos da Região de Aveiro – A Barrica existe desde 1978 e tem como objetivo promover e proteger o Artesanato da Região de Aveiro.
8	http://aaddinil.com/	21 9343436 - 963904558	http://artesaosddinis.blogspot.pt/	A Associação de Artesãos de Odivelas tem por objetivo afirmar e dignificar a atividade artesanal, defender e preservar o Artesanato do Concelho e arredores e as Artes e Ofícios e promover a Formação e Valorização Profissional.
9	geral@associacaobeselguense.pt	(+351) 254 549 181	associacaobeselguense.pt	A Associação Humanitária Cultural e Recreativa Beselguense, criada em 1975, tornou-se pioneira por incrementar um conjunto de atividades, dinamizando não só as gentes locais, como tornando-se um exemplo para a região pelo dinamismo demonstrado.
10	geral@adapvc.pt	351 252 627 700	http://www.adapvc.pt/	Nasceu com o objetivo de "inventariar, preservar e promover" as seculares Rendas de Bilros de Vila do Conde. Entretanto, ao longo destes anos, a ADAPVC desenvolveu um trabalho

				consistente e reconhecido, não só na promoção e salvaguarda das artes tradicionais portuguesas, mas também na divulgação da herança cultural assente na gastronomia.
11	portugalamao@gmail.com	938406044	http://portugalamao.comportugal.com/	O objetivo geral visa a promoção da reflexão e o debate sobre as artes e ofícios e a cultura tradicional portuguesa, apoiando o setor através do seu estudo, promoção, divulgação e defesa, contribuindo para o seu desenvolvimento enquanto fator imprescindível ao conhecimento e salvaguarda da identidade portuguesa.
12	geral@cearte.pt	239 497 200	cearte.pt	Enquanto centro de formação especializado nas áreas do artesanato e património o CEARTE desenvolve em todo o país, num trabalho de parceria com mais de 100 entidades, atividades de formação profissional, de reconhecimento e validação de competências, de fomento do empreendedorismo e da inovação, dirigidas a indivíduos, microempresas e outros agentes económicos dos setores cultural, criativo e do património, em particular da área do artesanato.
13	dueceira.eloz@mail.t elepac.pt	351 239 99 52 68	dueceira.pt	Promove um esforço conjunto em prol do desenvolvimento local das terras de Entre serra da Lousã e Zêzere no qual se envolvem os artesãos desta região no processo de construção de identidades territoriais e de um imaginário coletivo.
14	terrafria@corane.pt	(351) 273332925	corane.pt	A CoraNe – Associação de Desenvolvimento dos Concelhos da Raia Nordestina, é uma associação sem fins lucrativos, criada em 1995 e tem como área de atuação a região da “Terra Fria Transmontana”, com os concelhos de Vinhais, Bragança, Vimioso e Miranda-do-Douro, no Norte de Portugal. Tem como principais objetivos o desenvolvimento social, económico e cultural, através da promoção e implementação de projetos de desenvolvimento de interesse para a região.

ANEXO II - INQUÉRITO EFETUADO A ASSOCIAÇÕES

Sustentabilidade na Moda: Estudo da Interface entre os Resíduos Limpos da Indústria Têxtil e Vestuário e as Indústrias Criativas

No âmbito da dissertação do Mestrado em Design e Marketing na Universidade do Minho, venho por este meio pedir a sua participação no seguinte inquérito.

Estas questões destinam-se à recolha de dados sobre Organizações Não Governamentais (ONG), tentando perceber qual as suas relações com a Indústria Têxtil e Vestuário e com o objetivo de perceber as suas dificuldades para tentar encontrar soluções.

Caso surja alguma dúvida durante o preenchimento ou tenha alguma sugestão sobre este estudo, por favor, entre em contato através do seguinte endereço de correio eletrónico: helenacruz.m@hotmail.com.

Desde já agradeço pela sua participação e confirmo que a confidencialidade dos dados é assegurada, sendo apenas utilizados para fins académicos.

***Obrigatório**

Dados da Organização

1. 1. Nome da Organização *

2. 2. Morada *

3. 3. Contato Telefónico *

4. 4. E-mail *

5. 5. Área de Atuação/Atividade Principal *

Marcar tudo o que for aplicável.

- ☐ Cultura e Artes
- ☐ Educação e Investigação
- ☐ Saúde
- ☐ Serviços Sociais
- ☐ Desenvolvimento
- ☐ Defesa dos Direitos Humanos e Cidadania Ativa
- ☐ Proteção Civil
- ☐ Proteção do Ambiente
- ☐ Outra:

6. 6. Estatuto Jurídico *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Associação de Direito Privado (Sem Fins Lucrativos)
- ☐ Cooperativa
- ☐ Agrupamento Complementar de Empresa
- ☐ Organização de Natureza Funcional
- ☐ Associação Pública de Fiéis Católicos
- ☐ Outra: _____

7. 7. Como está estruturada a vossa organização?

8. 8. Quais são os principais cargos dentro da organização?

9. 9. Quais são os objetivos da organização?

Marcar tudo o que for aplicável.

- ☐ Ocupação de Tempos Livres
- ☐ Terapia Ocupacional
- ☐ Formação
- ☐ Requalificação Profissional
- ☐ Outra: _____

10. 10. Possui site *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

11. 10.1 Em caso afirmativo, qual é o site?

12. 11. Nome para Contato

13. 12. Os produtos desenvolvidos estão ligados com materiais têxteis/vestuário/peles?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Outra: _____

14. 12.1. Em caso afirmativo, qual a tipologia?

Marcar tudo o que for aplicável.

- ☐ Artesanato
- ☐ Bordados
- ☐ Têxteis Lar
- ☐ Vestuário
- ☐ Acessórios de Moda
- ☐ Outra: _____

15. 13. Qual a proveniência dos materiais têxteis que trabalha?

Marcar tudo o que for aplicável.

- ☐ Indústria Têxtil
- ☐ Indústria de Vestuário
- ☐ Indústria de Calçado
- ☐ Outra: _____

16. 14. Como conseguem obter estes materiais têxteis?

Marcar tudo o que for aplicável.

- ☐ Comprados
- ☐ Oferecidos/Doados
- ☐ Outra: _____

17. 15. Quem concretiza/trabalha nestes projetos?

18. 16. Como são seleccionadas/recrutadas/treinadas estas pessoas?

19. 17. Qual a finalidade destes produtos?

Marcar tudo o que for aplicável.

- ☐ Comercializados
- ☐ Oferecidos
- ☐ Outra: _____

20. 18. Caso sejam comercializados, qual o meio de comercialização?

Marcar tudo o que for aplicável.

- ☐ Lojas Online
- ☐ Feiras
- ☐ Lojas de Artesanato
- ☐ Outra: _____

21. 19. Quais são as dificuldades para o sucesso destes projetos?

22. 20. Quais as principais fontes de recursos financeiros da organização?

Marcar tudo o que for aplicável.

- ☐ Doações de Pessoas Físicas
- ☐ Doações de Organizações Públicas
- ☐ Doações de Organizações Privadas
- ☐ Apoios do Governo
- ☐ Venda de Produtos/Serviços
- ☐ Outra: _____

23. 21. Quais as principais dificuldades que a organização enfrenta?

24. 22. A organização dispõe de algum tipo de planeamento?

Marcar tudo o que for aplicável.

- ☐ Plano de Atividades
- ☐ Plano Estratégico
- ☐ Plano de Comunicação
- ☐ Plano de Marketing
- ☐ Outra: _____

07/12/2017 Sustentabilidade na Moda: Estudo da Interface entre os Resíduos Limpos da Indústria Têxtil e Vestuário e as Indústrias Criativas

25. 23. Quais são os pontos fortes da organização?

26. 24. Quais são os pontos fracos da organização?

27. Sinta-se livre para comentar ou fazer alguma sugestão sobre este trabalho.

ANEXO III – ARTIGO APRESENTADO EM CONFERÊNCIA INTERNACIONAL

Versão *online* em: <http://hdl.handle.net/1822/43391>